



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

“SENTIMIENTO FLORAL”

MARÍA ALEJANDRA ARENAS RIOS

JUAN CAMILO POSADA ARENAS

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RIONEGRO (ANTIOQUIA)

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA
“SENTIMIENTO FLORAL”

MARÍA ALEJANDRA ARENAS RIOS

JUAN CAMILO POSADA ARENAS

ASESOR

MARÍA LUISA VILLALBA

MAGISTER EN INGENIERÍA INDUSTRIAL Y ORGANIZACIONES

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
RIONEGRO (ANTIOQUIA)

TABLA DE CONTENIDO

1	I INTRODUCCIÓN	8
2	JUSTIFICACIÓN.....	9
3	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	10
4	OBJETIVOS.....	11
4.1	Objetivo General	11
4.2	Objetivo específico.....	11
5	METODOLOGÍA	12
6	RESUMEN EJECUTIVO	14
7	DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	15
8	PLATAFORMA ESTRATÉGICA.....	17
8.1	Modelo Canvas.....	17
8.2	Misión	20
8.3	Visión	21
8.4	Valores corporativos	21
9	EQUIPO DE TRABAJO.....	22
10	PLAN DE MERCADO	24
10.1	Sustitutos de los productos	25
10.2	Sustituto de servicio	¡Error! Marcador no definido.
10.3	Precios de productos.....	25
10.4	Segmento Objetivo.....	26
10.5	Demanda potencial.....	30
10.6	Canal de distribución.....	37
10.7	Análisis DOFA.....	38
10.8	Análisis de la Competencia	39
10.9	Marketing Mix.....	41
10.9.1	Estrategias de promoción	41
10.9.2	Producto.....	41
10.9.3	Precio.....	¡Error! Marcador no definido.
10.9.4	Plaza	42
10.9.5	Promoción	42

11	ESTUDIO TÉCNICO	43
11.1	Sistema de Negocio.....	43
11.2	Tamaño del proyecto.....	46
11.3	Cuantificación de la inversión.....	47
11.4	Emplazamiento.....	47
11.5	Definición del servicio	48
11.6	Control de calidad	50
11.7	Análisis del producto (ficha técnica).....	50
11.8	Distribución de planta	58
12	ANÁLISIS DE RIESGOS.....	60
13	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	62
13.1	Cronograma.....	62
13.2	Estudio legal y estudios de impacto	63
13.2.1	Legal.....	63
13.2.2	Impacto ambiental	66
14	ESTUDIO FINANCIERO.....	67
14.1	Materia prima	67
14.2	Mano de obra.....	68
14.3	Otros costos de fabricación	68
14.4	Gastos de venta.....	69
14.5	Gastos de administración	69
14.6	Inversiones	70
14.7	Flujo de caja proyectado	70
15	REFERENCIAS.....	73

TABLA ILUSTRACIONES

Ilustración 1 modelo canvas.....	19
Ilustración 2. Logo Sentimiento Floral.....	20
Ilustración 3 Sistema productivo Sentimiento Floral.....	44
Ilustración 4 Proceso del servicio	49
Ilustración 5 Hydrangea.....	51
Ilustración 6 follajes	51
Ilustración 7 Gypsophila	52
Ilustración 8 Pompones	53
Ilustración 9 Boca de dragón	53
Ilustración 10 Lirios	54
Ilustración 11 Claveles	55
Ilustración 12 Orquídeas	55
Ilustración 13 Mini rosas	56
Ilustración 14 Rosas (gardens W. , 2018).....	57
Ilustración 15 Astromelias	57
Ilustración 16. Distribución general.....	58
Ilustración 17 Distribución en color	59
Ilustración 18 Vista superior.....	59

INDICE TABLAS

Tabla 1 Modelo tradicional VS Nuevo método	17
Tabla 2 Perfiles	23
Tabla 3 Lista de precios	26
Tabla 4 DOFA	39
Tabla 5 Análisis de la competencia	40
Tabla 6 Modelo de funcionamiento	45
Tabla 7 Ficha técnica: Hortensia	51
Tabla 8 Ficha técnica. Fuente: Elaboración propia.....	52
Tabla 9 Ficha técnica Gypsophila.....	52
Tabla 10 Ficha técnica pompones.....	53
Tabla 11 ficha técnica. Boca de dragón.....	54
Tabla 12 Ficha técnica. Lirios.....	54
Tabla 13 Ficha técnica. Claveles	55
Tabla 14 Ficha técnica. Orquídeas.....	56
Tabla 15 Ficha técnica. Mini rosas	56
Tabla 16 Ficha técnica. Rosas.....	57
Tabla 17 Ficha tecnica.Astromelias.....	58
Tabla 18 Cronograma	63
Tabla 19 Costos para la constitución de la empresa	66
Tabla 20 Costos de materia prima	67
Tabla 21 Costos mano de obra.....	68
Tabla 22 Costos de fabricación.....	69
Tabla 23 Gastos de venta.....	69
Tabla 24 costos administración.....	70
Tabla 25 Inversiones	70
Tabla 26 Flujo de caja.....	71

INDICE GRÁFICAS

Gráfica1 Porcentaje de clientes según el uso de flores en sus eventos.....	27
Gráfica 2 Uso de proveedores por eventos	28
Gráfica 3 Complejidad en el manejo de proveedores	29
Gráfica 4 Interés de los clientes en la propuesta de Sentimiento Floral	30
Gráfica 5 Promedio de eventos realizados por año.....	32
Gráfica 6 Gasto promedio en flores por evento	33
Gráfica 7 Factores que tomas en cuenta para la compra del producto	34
Gráfica 8 Perdidas de flor por evento	35
Gráfica 9 porcentaje que destina es transporte	36
Gráfica 10 Porcentaje que asumiría por el servicio	37

1 I INTRODUCCIÓN

Los modelos de negocio han sido una guía para la materialización de una idea en una empresa a la hora de la elaboración de proyectos ya que estos dan los parámetros sobre cómo, cuándo y dónde se deben aplicar conocimientos financieros, de mercadeo y logísticos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se pretende realizar un modelo de negocio enfocado a la intermediación en el proceso de selección de proveedores de flores para eventos en el municipio de Rionegro ofreciendo el servicio de detallista llegando al consumidor final con el producto. Al evaluar el mercado objetivo ubicado en el municipio de Rionegro se evidenció la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta las necesidades del mercado con respecto a la consecución de materia prima utilizada en la preparación de eventos en el ámbito floricultor.

2 JUSTIFICACIÓN

La puesta en marca del modelo de negocio de *Sentimiento Floral* se justifica como una alternativa para que organizadores y casas de eventos puedan reducir los costos operativos en términos de gestión de proveedores, transporte y calidad de las flores que usan como parte de la decoración de los espacios en los cuales prestan sus servicios. Puesto que, unos altos costos en estos elementos pueden repercutir en la disminución de la calidad y correcta prestación del servicio, sea por destinar un tiempo elevado a la búsqueda, selección y seguimiento de diversos proveedores; o sea por que las flores adquiridas no cumplan con la calidad deseada.

De manera resumida, crear la empresa *Sentimiento Floral* permitirá que organizadores y casas de eventos puedan concentrar sus esfuerzos en el desarrollo del evento, mientras que *Sentimiento Floral* garantiza una ágil adquisición y entrega de flores de calidad, generando comodidad para sus clientes, quienes podrán tercerizar el proceso “Provisión de flores para eventos sociales”.

Desde el punto de vista de optimización de procesos, según Cobo, J. (2017), “La tercerización es considerada como una herramienta para la gestión empresarial con miras a mejorar la competitividad y permanencia en el mercado” (p.4), por esta razón la tercerización es una excelente opción a considerar para aumentar significativamente el valor agregado, porque reduce la carga laboral, el desgaste operativo y aumenta la planificación de las actividades involucradas con el desarrollo de su actividad comercial.

Los eventos como bodas, cumpleaños, baby shower y grados, en el municipio de Rionegro representan una gran oportunidad para el sector floricultor debido al crecimiento poblacional de los últimos años. Este momento es de vital importancia para implementar un modelo que permita reducir costos y elevar la calidad del producto y servicio para lograr ser más competitivos en el mercado local.

3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El municipio de Rionegro se ha caracterizado por tener un sector floricultor importante para la región; por otra parte las casas y organizadores de eventos se han visto en el apuro de manejar diferentes proveedores para cumplir con los requerimientos que implica su labor.

Debido a la gran cantidad de especies y arreglos florales que se realizan en la actualidad se han visto en la necesidad de buscar quien suministre dichos elementos a lo largo del territorio nacional, generando así el requerimiento de diversos proveedores que suplan de manera oportuna sus necesidades, esto ocasionando problemas de costos, calidad del producto, demoras en entrega y perdidas en promedio de un 3% de las flores usadas en los eventos según los resultados del estudio de mercado realizados en el presente trabajo. Para solucionar este problema se plantea el proyecto que resuelva dicha circunstancia de la manera más óptima posible.

Esta situación se genera al no tener un control adecuado sobre la materia prima disponible en el momento oportuno, debido a la cantidad de proveedores que se manejan para la prestación del servicio, dificultando la selección del mejor proveedor para las diferentes tipos de flores requeridas, dado que estas tienen diferencias significativas en términos de especies florales.

4 OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para la creación de una empresa intermediaria de flores que se encargue de proveer productos de alta calidad según la necesidad que manifiestan las casas y organizadores de eventos de Rionegro (Antioquia).

4.2 Objetivo específico

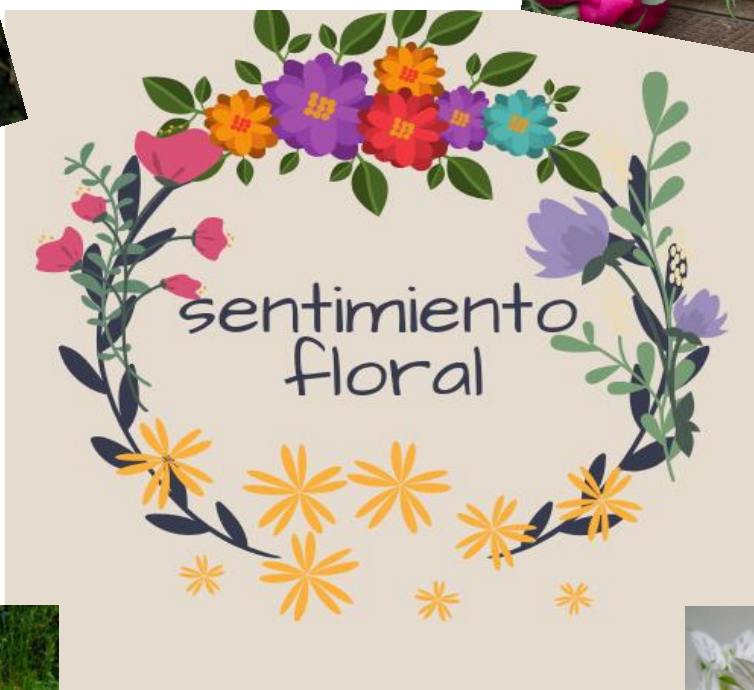
- Analizar el mercado potencial al cual va dirigido la empresa para evaluar la aceptación del plan de negocio.
- Diseñar el proceso operativo y administrativo para ofrecer el plan de negocio con la mejor calidad.
- Realizar el estudio técnico y financiero para determinar la viabilidad del plan de propuesto.

5 METODOLOGÍA

La metodología que se empleó en el proyecto está dada por el modelo de plan de negocio que conlleva una investigación cuantitativa, realizando y analizando encuestas, plan de mercado, análisis financiero y documentos para evaluar la viabilidad en términos económico según el sector al que va dirigido la propuesta.

- Acceso a la información: la información proviene de la base de datos de la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño ubicada en el municipio de Rionegro
- Encuestas: las encuestas fueron realizadas según los registros encontrados en Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño sobre casas y organizadores de eventos. A partir de éstas, se seleccionó una muestra representativa teniendo en cuenta factores como lugar y tipo de empresa para la posterior encuesta
- A través de los análisis previamente hechos se procede a establecer si el proyecto como modelo de negocio es viable teniendo en cuenta aspectos del entorno tanto financiero como económico.

PLAN DE NEGOCIO



6 RESUMEN EJECUTIVO

Sentimiento Floral será una empresa intermediadora entre proveedores de flores y organizadores de eventos sociales¹ en el municipio de Rionegro, de tal manera que estos últimos cuenten con una mejor provisión de flores.

El modelo de negocio propuesto tiene como oferta de valor la comodidad de los organizadores de eventos sociales, sustentado en procesos de optimización logística y una relación directa con los clientes.

El mercado objetivo está conformado por 44 casas y organizadores, los cuales están en capacidad de realizar entre 1 y 100 eventos al año, con un promedio de gasto en flores que oscila entre 850.000 pesos y 1.399.000 pesos utilizando para la consecución de las mismas entre dos y cinco proveedores.

La evaluación financiera del negocio tuvo en cuenta aspectos desde la contratación, arriendo, servicio, servicio postventa y utilidades, dando como resultado un concepto favorable y que es un negocio que generará dividendos para sus inversionistas (TIR del 21.1%)

Luego de este estudio se dio paso al diseño empresarial que da muestra de la calidad del servicio que se prestará, teniendo presente colores que representarán a sentimiento floral y a sus clientes teniendo como premisa la calidad del servicio y la pasión por hacer las cosas bien.

¹ Todo lo referido a eventos sociales tendrán que ver principalmente con bodas, baby shower, cumpleaños, bautizos, primeras comuniones y grados.

7 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Se evidencia que en el municipio de Rionegro hay varias casas y decoradores de eventos los cuales necesitan diversidad de flores para realizar los arreglos de sus eventos. Esto implica para los organizadores un alto número de proveedores. Esta condición puede afectar los costos y tiempos, reduciendo la productividad, calidad y competitividad en el momento de prestar sus servicios.

Ante esto, *Sentimiento Floral* pretende ofrecer el servicio de intermediación de Flores entre los organizadores de eventos (clientes) y los productores de flores (proveedores), encargándose de tramitar todos sus requerimientos y hacerle llegar su producto eficientemente.

Se pretende brindar una mayor comodidad a la hora de comprar sus artículos, puesto que los consumidores deben tener varios proveedores para adquirir sus productos y ofrecer sus servicios de manera óptima. Con este servicio se evitarán el proceso de encargo con diversos proveedores y podrán encontrar en un solo distribuidor todos los productos que requieran, de esta manera podrán disminuir costos de transporte y tiempo sin afectar la calidad.

Según una experta los productos que más solicitan y de acuerdo a su jerarquía son los siguientes:

1. Hortensias
2. Follajes

3. Gypsophila
4. Pompones
5. Boca de dragón
6. Lirios
7. Claveles
8. Orquídeas
9. Mini rosas
10. Rosas
11. Astromelias

Según la experta, los procedimientos que actualmente utilizan los decoradores y casa de eventos para conseguir las flores y los follajes son:

- Directamente con los productores quienes son los encargados en muchas ocasiones de lo que se conoce comúnmente como “flor nacional”.
- Por medio de comercializadoras.
- Floristerías
- Terceros

Por lo tanto, el presente modelo de negocio busca que los clientes (casas y organizadores de eventos) no incurran en procesos innecesarios, costosos y desgastantes a la hora de adquirir sus productos. Adicionalmente garantiza una buena calidad, haciendo énfasis en que la flor que se entregará será tipo exportación, es decir tendrá los mismos estándares y cuidados que ésta requiere. En la Tabla 1 se muestran las diferencias entre el modelo tradicional (Serna) de compra VS el nuevo método.

Tabla 1 Modelo tradicional VS Nuevo método

MANERA TRADICIONAL	NUEVO MÉTODO
Los organizadores y casas de eventos en el municipio de Rionegro contactan diversidad de proveedores en diferentes regiones para suplir la demanda establecida de diferentes tipos de flores asumiendo el costo del transporte de cada uno de las variedades a necesitar.	El nuevo modelo simplifica la operación obteniendo todas las variedades y tipos de flores en un solo lugar, pagando un solo flete y haciendo una sola llamada.
Se invierte mucho tiempo a la hora de hacer los pedidos ya que necesita llamar a varios proveedores según la necesidad que se tenga.	Con una sola llamada podría realizar su pedido y especificando el lugar al cual necesita que sea enviado.

Fuente: Elaboración propia

8 PLATAFORMA ESTRATÉGICA

8.1 Modelo Canvas

Sentimiento Floral se enfocará en conseguir socios estratégicos alrededor del país que garanticen condiciones idóneas para la entrega de los productos requeridos, fortaleciendo alianzas que nos posicionarán como una empresa líder, lo que permitirá afianzar la propuesta de valor basada en la comodidad y optimización de tiempo de nuestros clientes,

lo que nos posicionará en el segmento de mercado como la mejor opción para la compra de flores. La relación con los clientes tendrá como pilar fundamental el buen servicio, que significa entregas puntuales, producto con los requerimientos exactos y trato personalizado con la empresa cliente.

Las redes sociales, las muestras comerciales y la tercerización del envío formarán parte de los canales de distribución de Sentimiento Floral debido a que tienen un gran potencial para alcanzar al cliente y generar una buena impresión dando muestra de la calidad y cumplimiento de la empresa.

El segmento de mercado está conformado por 44 casas y organizadores de eventos los cuales están ubicados en el municipio de Rionegro y tienen la necesidad de conseguir, gestionar y formalizar alianzas con empresas como *Sentimiento Floral* para darle un plus de crecimiento a su empresa por medio del outsourcing de la consecución de materia prima.

Sentimiento Floral gestionará una buena relación con sus clientes, con un buen servicio en el momento de realizar sus comprar y brindándoles un apoyo continuo en el momento de querer innovar en sus eventos, es por esto que se optara por enviarle muestras a los clientes en caso de que se requieran con el fin de que ellos puedan comprobar mucho mejor la calidad de cada uno de los productos.

Con el fin de que los clientes puedan tener más tiempo de pago en el momento de cancelar facturas se estipulara con cada uno de ellos un tiempo de vencimiento de las facturas y brindándoles un apoyo continuo por cualquier duda que se les pueda presentar en en precios o producto.

En la Ilustración 1 se muestra cómo *Sentimiento Floral* implementará el modelo de negocio en el que se tendrá en cuenta las operaciones y acciones clave para el correcto funcionamiento de este en el municipio de Rionegro










<p>Socios Clavo </p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de material de empaque. • Proveedores para cada uno de nuestros productos • Servicio de transporte. 	<p>Actividades Clavo </p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención a los clientes. • Servicio de intermediación en la compra de flores y follajes. • Proveedores <p>Recursos Clavo </p> <ul style="list-style-type: none"> • Cajas para empacar (fules) • Personal • Infraestructura Física • Computadores, sistema de software, muebles. 	<p>Propuesta de Valor </p> <p>Comodidad a los decoradores y casas de eventos a la hora de realizar sus eventos, optimizando la forma de comprar sus flores y follajes para sus arreglos, generando así disminución de costos y tiempos</p>	<p>Rolación con Clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Buen servicio • Servicio personalizado • Muestras para los clientes. <p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales. • Se enviaran muestras a clientes potenciales con el fin que conozcan los productos y puedan recomendarlos. 	<p>Sogmentos Do Clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Casas de eventos que se encuentren en el municipio de Rionegro. • Organizadores de eventos que se encuentren en el municipio de Rionegro.
<p>Estructura De Costos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Alquiler de local • Contratación del personal • Servicios públicos • Pago de impuestos • Adquisición de todos los activos. • Transporte. 		<p>Fuente De Ingresos </p> <p>Se estipulara con cada cliente el periodo de pago, adicional a eso se hará por transferencia bancaria y en cada despacho se le enviara de igual forma la factura a cada cliente.</p>		

Ilustración 1 modelo canvas

Sentimiento Floral surge en el año 2018 debido a un interés académico para la elaboración del trabajo de grado, en el cual se viene elaborando aproximadamente 7 meses, donde se ha identificado que los decoradores y casas de eventos del municipio de Rionegro tienen que incurrir en varios procesos y costos elevados para conseguir sus flores y poderle brindar satisfacción a sus clientes.

Se optó por el nombre de “Sentimiento Floral”, debido a que las flores generan sentimientos, ya sea de felicidad o tristeza. Esta es una de las razones por las cuales son tan implementadas en diferentes fechas y ocasiones. La intención de la empresa es poder facilitar la generación de los sentimientos de los rionegreros en momentos importantes. Por ello, su logo se componen de la centralidad, diversidad, colorido, elegancia, tal como se muestra en la Ilustración 2.



Ilustración 2. Logo Sentimiento Floral

Fuente: Elaboración propia

8.2 Misión

Brindar a los clientes (decoradores y casas de eventos) una mayor comodidad y bajo costo en el momento de obtener cada una de sus flores, ofreciendo la mejor calidad en cada uno de los productos.

8.3 Visión

Sentimiento Floral para el año 2023 será una empresa que aporte al desarrollo de la región, y generando una expansión en su mercado objetivo.

8.4 Valores corporativos

-Sentido de pertenencia

-Respeto

-Trabajo en equipo

-Responsabilidad

-Calidad humana

-Proactividad.

9 EQUIPO DE TRABAJO

Las personas llamadas a conformar el equipo de trabajo deben tener aptitudes en las áreas financiera, mercadeo y comunicacional, puesto que es esencial para mantener una sinergia que permita la consecución de objetivos, así mismo se requiere de personal proactivo y participativo que proponga mejoras para tener una visión compartida de lo que se quiere conseguir.

El eje primordial para el equipo es la capacidad de trabajo conjunto y relacional por qué se hace necesario poseer una buena interacción entre todas las partes involucradas con la empresa, partiendo de la premisa de que un buen ambiente laboral interno es de vital importancia para mostrar al público la calidad de personas con las que se está negociando .

Los miembros del equipo de trabajo tienen conocimientos profesionales de la administración y de manera particular cada uno cuenta con habilidades comunicativas, relacionales y de asesoría al público para dar a conocer las bondades del modelo de negocio. Las habilidades natas que poseen cada uno de los miembros son muy valiosas porque todas aportan a una construcción integral del modelo de negocio, entre estas se destacan la capacidad propositiva, de trabajo en equipo y de escucha a los demás. Profesionalmente se posee experiencia en el ámbito floricultor y administrativo siendo de gran importancia por los conocimientos adquiridos acerca de flores, follajes, transporte, proveedores y clientes.

En el equipo de trabajo se hace necesario la presencia de profesionales con conocimientos en finanzas o afines que permitan llevar un adecuado control de los costos y presupuestos que se tienen a la hora de llevar a cabo el proyecto, además de esto, se hace

necesario el apoyo de personal con conocimientos logísticos para el correcto transporte del producto, teniendo en cuenta que debe estar interesado en la filosofía empresarial de mejora continua.

En el equipo de trabajo se tendrá diferencia de roles teniendo en cuenta las aptitudes individuales para llevar a cabo las tareas correspondientes, por esta razón el área administrativa conformada por dos administradores de empresas tendrán la función de planear, dirigir y controlar *Sentimiento Floral*. La administración tendrá dos enfoques iniciales los cuales se dividirán entre las dos personas a cargo del área, las cuales serán manejo, consecución y fidelización de proveedores y clientes. La segunda persona se encargará de la logística, manejo y supervisión de producto hasta el cliente final

La Tabla 2 muestra las competencias que se requieren para formar parte de *Sentimiento Floral*, estas se dividen en factores fijos y variables que son de vital importancia para el correcto funcionamiento del modelo de negocio. El organigrama de la empresa se muestra en la Ilustración 3.

Tabla 2 Perfiles

perfil de competencias	factores fijos							factores variables				
	Innovación	Finanzas	Mercadeo	Capacidad mercantil	Logística	Dirección de proyectos	visión empresarial	Capacidad argumentativa	Trabajo en equipo	Actitud positiva	Habilidad negociadora	Liderazgo
Maria Alejandra Arenas Rios	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Juan Camilo Posada Arenas	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X

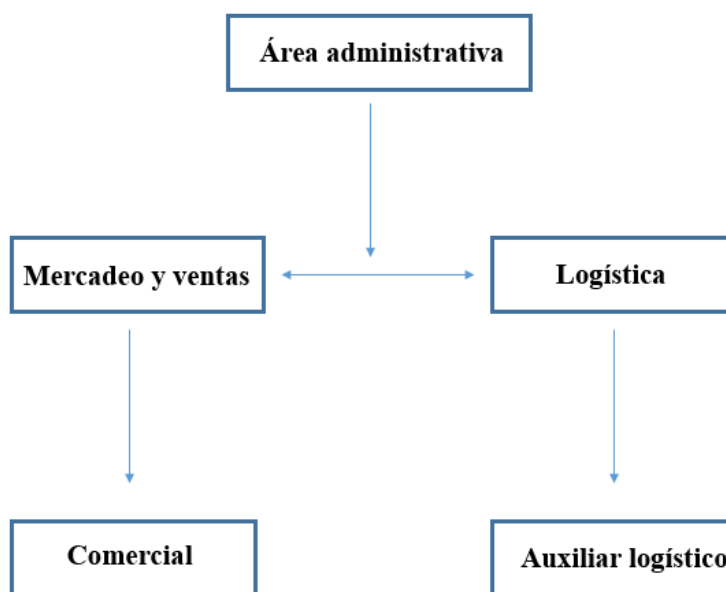


Ilustración 3 Organigrama.

Fuente: Elaboración propia

10 PLAN DE MERCADO

10.1 Objetivos

Objetivo general

- Analizar los componentes del plan de mercado para conocer diferentes perspectivas de *Sentimiento floral* en el municipio de Rionegro

Objetivos específicos

- Relacionar los datos encuestados con los precios, demanda, canal de distribución y segmento objetivo del mercado.
- Elegir la mejor estrategia con respecto a precios , canal de distribución y segmento objetivo de acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas

10.2 Sustitutos de los productos

Con el fin de conocer cuáles son los productos por los cuales las flores se podrían sustituir y el cual podría afectar a *Sentimiento Floral* en caso de los clientes ya no quieran diseñar con flores son:

- Las decoraciones con elementos artificiales son un producto sustituto de las flores porque se pueden reemplazar por elementos parecidos pero de materiales plásticos, sintéticos, reutilizables y a menor costo.
- Las luces son un producto sustituto ya que se pueden usar para resaltar objetos, lugares y personas en un momento oportuno y con un gama de colores bastante amplia
- Los globos funcionan como sustituto ya que se pueden usar en cualquier evento que cuente con un espacio adecuado para ellos, estos pueden resaltar imágenes, personas y cumplir el objetivo de decorar, sorprender y ambientar un evento.
- Las plantas artificiales son el principal sustituto ya que cumplen la misma función que las flores naturales, las cuales pueden resaltar y adornar un lugar de la misma manera.

10.3 Precios de productos

Los precios de los productos fueron establecidos con el fin de que tanto los clientes como *Sentimiento Floral* se puedan beneficiar, aclarando que no es por precios que que se quiera incursionar en el mercado, es por calidad y por costos de transporte el cual es el foco

de la compañía (ver Tabla 3), además de esto se ofrecen de varias formas las flores, ya sean individuales, por paquetes, decenas o en caso tal como el cliente lo requiera, con el fin de satisfacer las expectativas y necesidades del cliente.

Tabla 3 Lista de precios

PRODUCTO	VALOR DEL PRODUCTO	NIDADES
Hortensia	\$6.000 a \$20.000	Docena
Follajes	\$800 a \$ 6.000	Tallo, Decena
Gypsophila	\$ 3.000	Ramo (10 tallos)
Pompones	\$1.400	10 tallos
Boca de dragón	\$ 400 a \$4.000	Tallo , Decena
Lirios	\$ 25.000	Decena
Claveles	\$ 6.000	24 tallos
Orquídeas	\$ 1.500 a \$ 4.000	Flor
Mini Rosas	\$9.000	25 tallos
Rosas	\$ 20.000	25 tallos

Nota: precios 2018

Fuente: Elaboración propia con base en la entrevista con la Experta

10.4 Segmento Objetivo

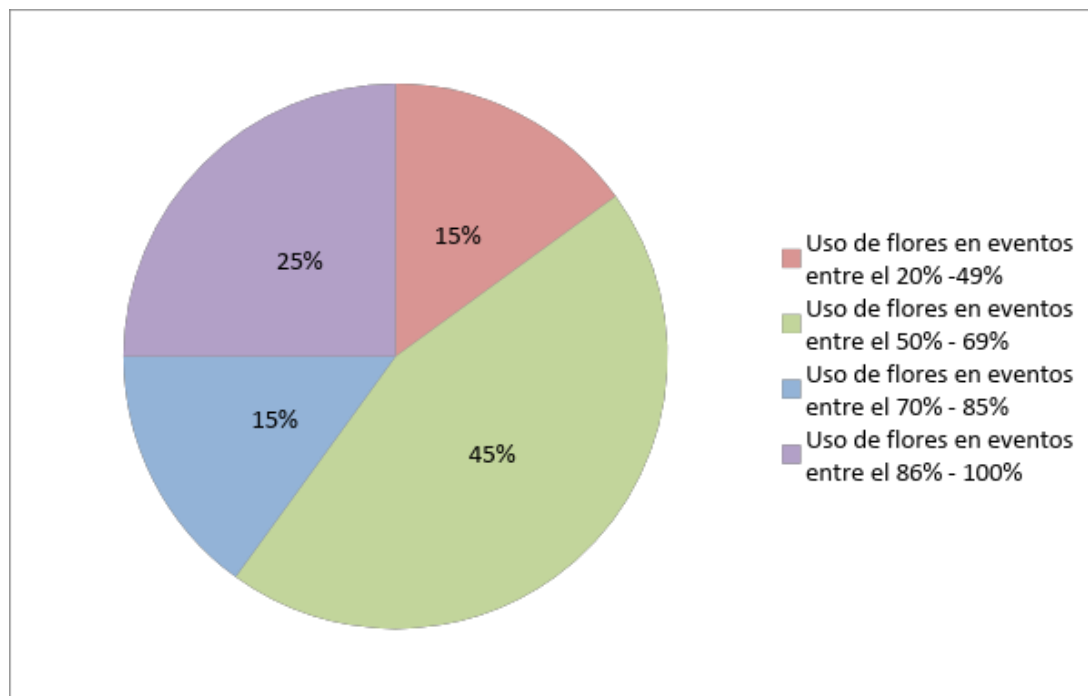
El segmento objetivo de sentimiento floral son las casas y organizadores de eventos ubicados en el municipio de Rionegro, este segmento de mercado tiene una particularidad debido a la ubicación geográfica en la que se encuentra, por esta razón es altamente cotizado para la realización de eventos en la zona porque esta cuenta con espacios adecuados para la prestación del servicio.

La Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño (2018) afirma, “el municipio de Rionegro cuenta con 44 casas y organizadores de eventos”.

La participación del mismo tiene un pronóstico mayor al 95% según las encuestas realizadas en este estudio, debido a que la mayoría de eventos que se presentan en la zona cuentan con arreglos florales que dan visto bueno de la calidad de servicio que se prestará.

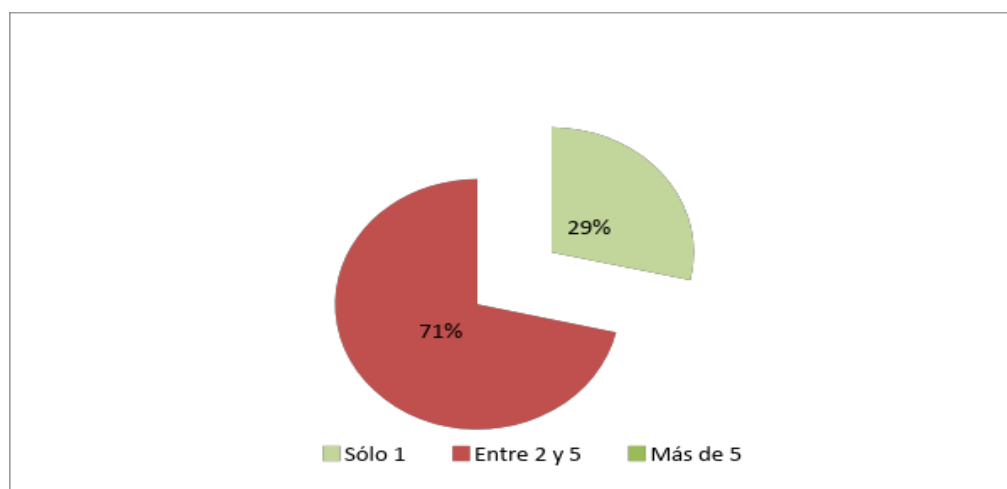
Las gráficas que siguen a continuación son tomadas de la base de datos realizada con las encuestas que se hicieron en el Municipio de Rionegro a las casas y organizadores de eventos.

Los clientes de Sentimiento Floral, tienen un uso de flores en promedio del 62%, encontrándose usos entre el 20% y el 100%, según se muestra en la Gráfica 1. Adicional a ello, se puede evidenciar que la mayoría de los clientes (45%) usan flores entre el 50 y 69% de sus eventos.



*Gráfica 1 Porcentaje de clientes según el uso de flores en sus eventos
Fuente: Elaboración propia*

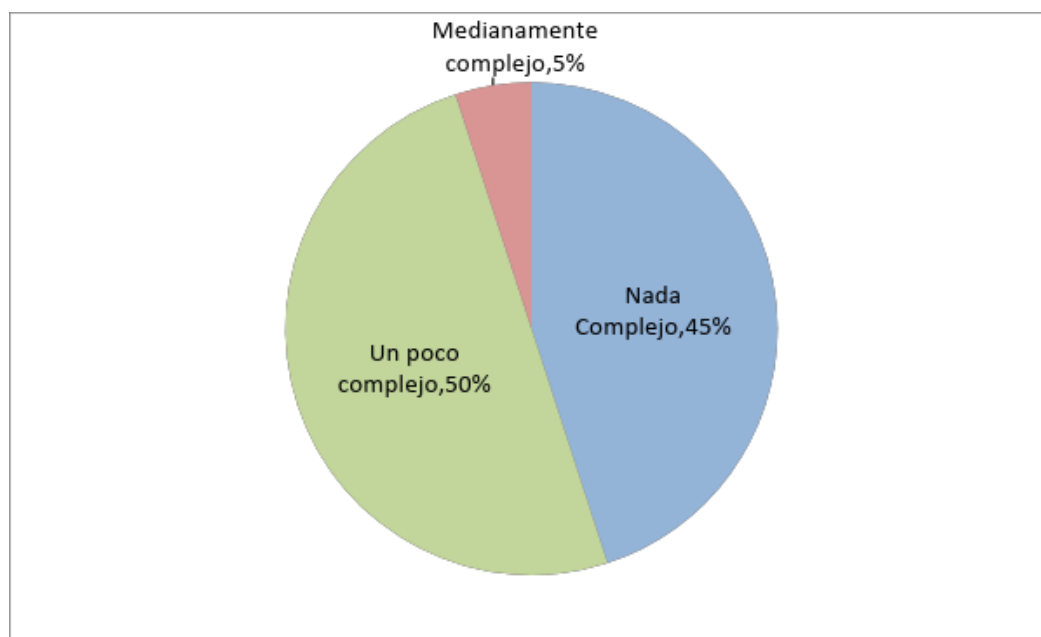
Con un 71% (Grafica 2) los clientes tienen entre y 2 y 5 proveedores para la adquisición de sus flores, lo cual se refleja que les toca gestionar mucho para la compra de su materia prima floral, es por esto que Sentimiento Floral propone esa gestión para que los clientes puedan enfocarse en otras cosas en el momento de organizar sus eventos.



Gráfica 2 Uso de proveedores por eventos.

Elaboración Propia

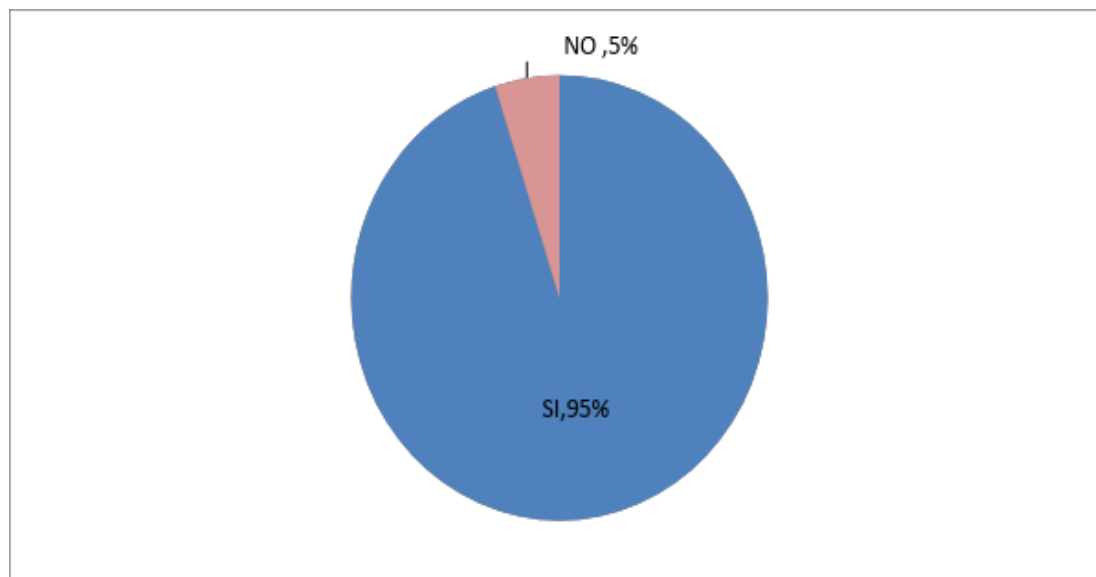
Los clientes de *Sentimiento Floral* (50%) manifiestan que es un poco complejo manejar la cantidad de proveedores debido al tiempo que tienen que invertir con cada uno de ellos, pero también el 45% dice que no es nada complejo, debido a que son proveedores que tienen desde mucho tiempo. (Ver gráfica 3)



Gráfica 3 Complejidad en el manejo de proveedores.

Fuente: Elaboración propia

En la Gráfica 4 se evidencia que un 95 % de los clientes estarían interesados en la propuesta que *Sentimiento Floral* les ofrece para poder adquirir cada uno de sus productos, mientras que un 5% manifiesta que no le interesaría. Es una oportunidad que *Sentimiento Floral* tiene para ingresar en este mercado debido al gran porcentaje de demanda y más aún que estarían dispuestos en generar vínculos con la compañía; generando que ambas partes ganen.



Gráfica 4 Interés de los clientes en la propuesta de Sentimiento Floral.

Fuente. Elaboración propia.

10.5 Demanda potencial

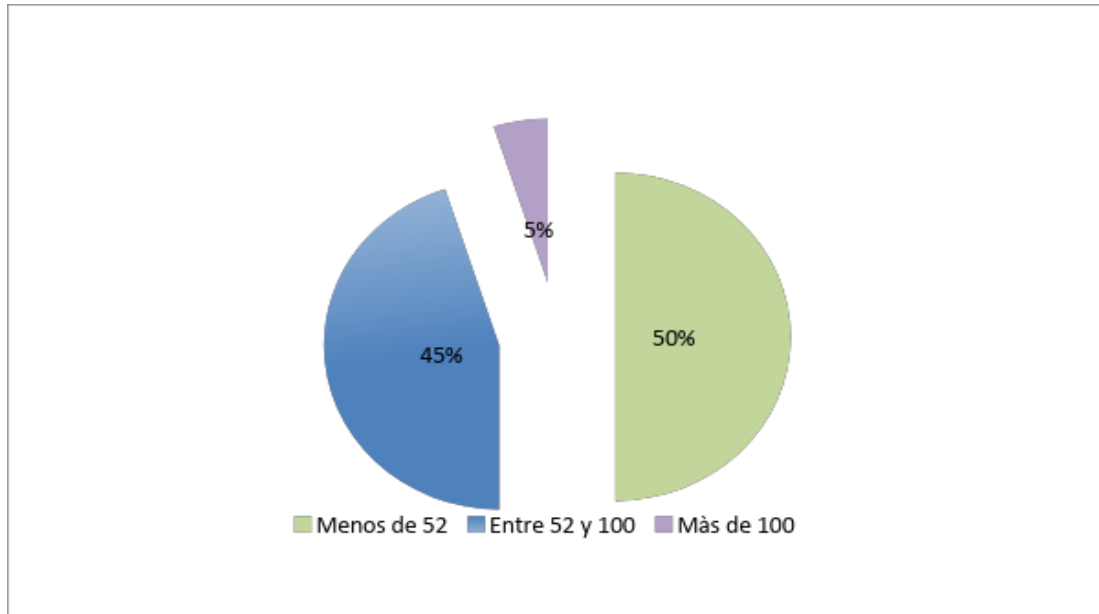
La demanda potencial se determinó mediante 3 datos importantes, relacionados con la naturaleza del negocio y las encuestas realizadas. Estos son:

- Información sobre eventos e ingresos:
- Este dato corresponde a la segunda pregunta encuestada en el municipio de Rionegro en el que se logró encontrar un promedio de eventos anuales por casa de evento y este corresponde a 62.5 eventos al año en promedio por empresa
- La tercera pregunta encuestada obedece al gasto promedio en flores por evento y se encontró que en promedio por se gastan \$1.042.500 por actividad realizada

- un 51% de los encuestados toma en cuenta la calidad del producto como factor diferencial en la prestación del servicio
- Según la séptima pregunta encuestada se analizó que un 75% de los organizadores y casas de eventos tienen pérdidas por flor en cada uno de sus eventos del 0% al 4.9% lo que genera sobrecostos y pérdida de utilidad para este sector
- Dada la octava pregunta encuestada al sector eventos en el municipio de Rionegro se halló que un 75% destina de transporte de un 0 al 2.4% lo que significa un costo más alto por la prestación del servicio, reduciendo factores como calidad y competitividad.
- En la última pregunta encuestada se encontró que un 55% estaría interesado en incrementar el servicio en el momento de la compra de sus flores entre 1% y 3%, siguiéndole un porcentaje 45% que manifiesta que asumiría entre 4% y 7%, esto significa que el sector es consciente de la importancia de la tercerización de este proceso.

Cada uno de estos datos se reflejan en las siguientes gráficas, donde se permitió analizar cuáles son los puntos fuertes y débiles de *Sentimiento Floral*, y poder formar estrategias para ser una mejor competencia y lograr satisfacer a cada uno de los clientes.

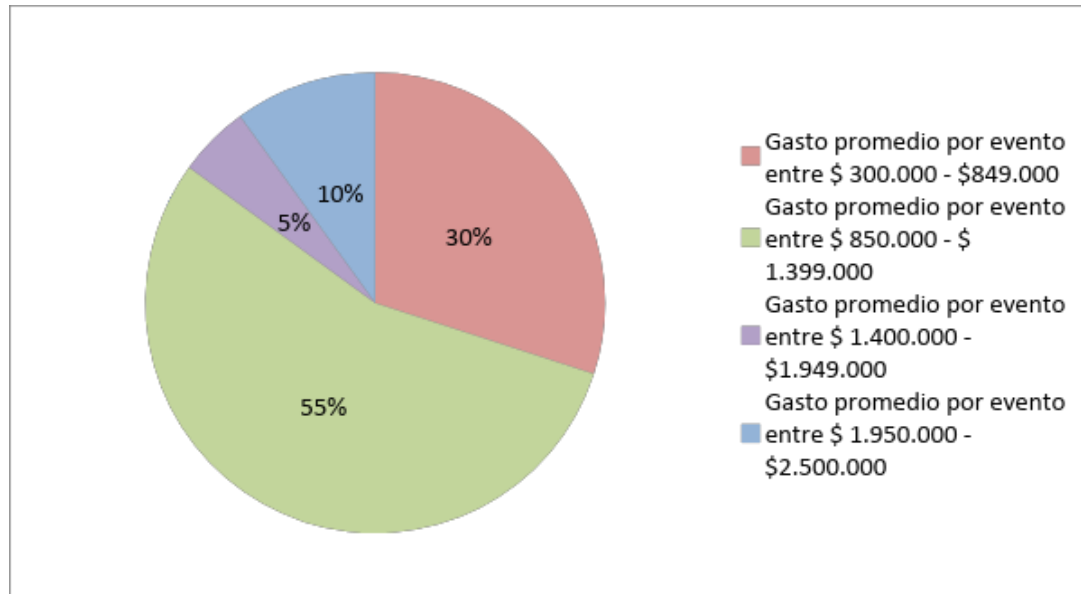
En la gráfica 5 se refleja que de un 100% la mayoría realizan eventos entre 52 y 100 eventos, los cuales son en diferentes épocas y por diferentes motivos: (matrimonios, quinceños, graduaciones, baby shower, cumpleaños).



Gráfica 5 Promedio de eventos realizados por año

Fuente: Elaboración propia

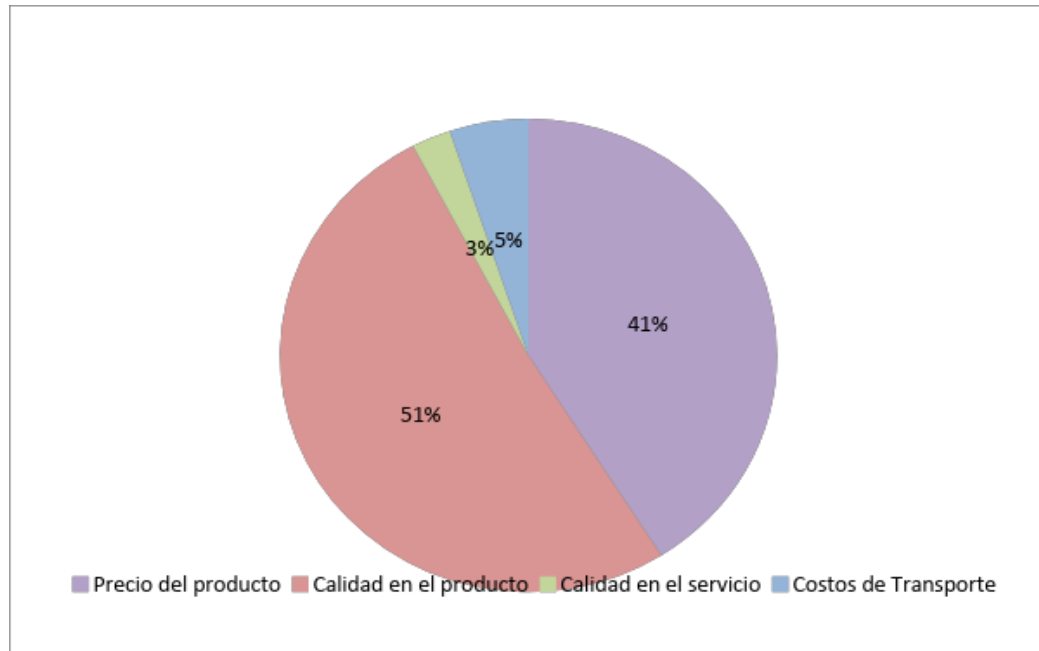
Como se mencionaba anteriormente el gasto promedio que utilizan para la compra de sus flores por eventos es de \$1.042.500 y como lo refleja la Gráfica 6 un 55% manifiesta que invierten en flores desde \$850.000 a \$1.399.000.



Gráfica 6 Gasto promedio en flores por evento.

Fuente: Elaboración propia

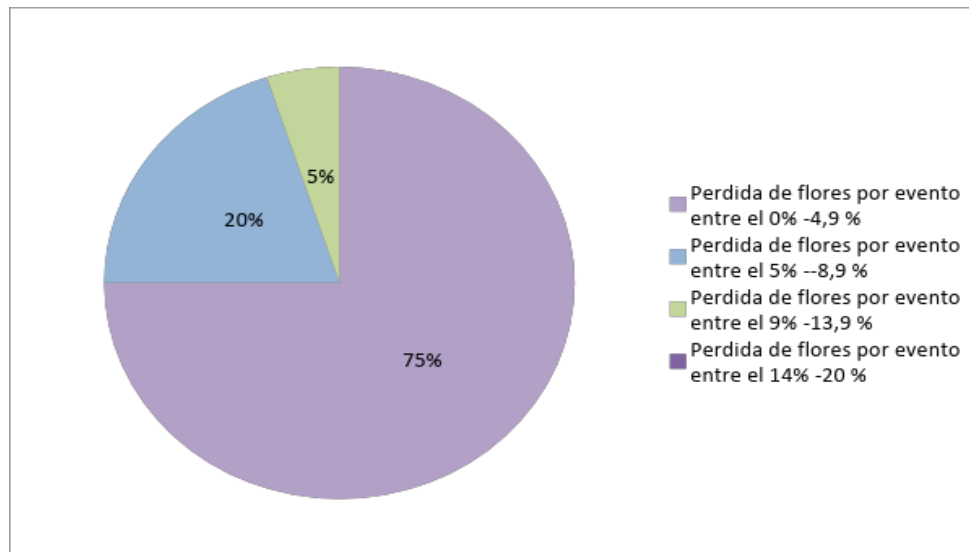
En la gráfica 7 se refleja que los clientes analizan varias variables en el momento de realizar la compra de sus flores para los eventos que varían desde precios, calidad y transporte pero hay dos factores que priman un 51% se fijan en la calidad del producto y 41% en el precio que el proveedor les esté brindando. Es por esto que Sentimiento Floral quiere que sus productos sean recordados por excelente calidad, para que cada uno de los eventos que realicen los clientes sea con los mejores productos florales.



Gráfica 7 Factores que tomas en cuenta para la compra del producto.

Fuente: Elaboración propia.

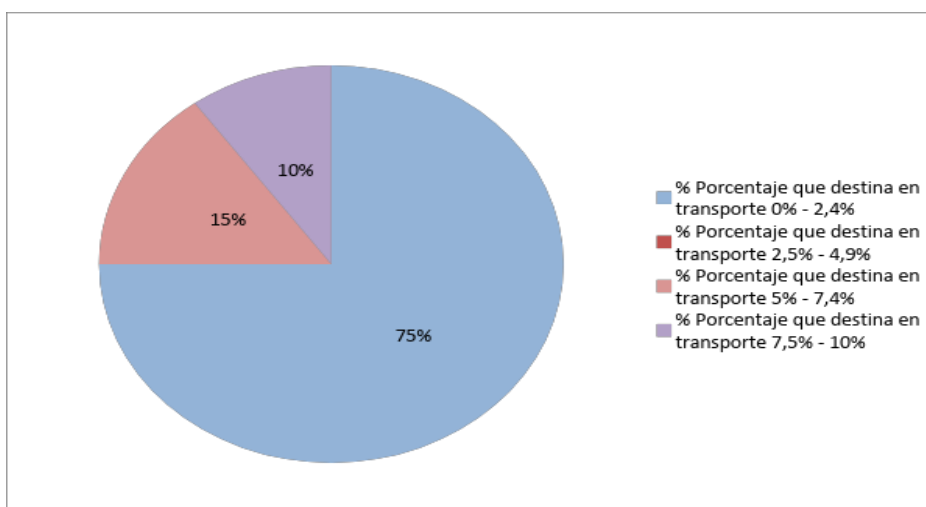
Una de las variables que Sentimiento Floral quiere ofrecerle a sus clientes , es que puedan obtener flores de excelente calidad y no tengan que incurrir en pérdidas debido a los problemas que el producto pueda presentar debido a que es de categoría perecedera; es decir tiene ciertos cuidados que se deben tener en cuenta. Debido a esto es por esto que cuando se realizaron las encuestas se realizó una pregunta que iba dirigida a cuantas perdías podrían presentar los organizadores de eventos tal como se muestra en la grafica 8.



Gráfica 8 Pérdidas de flor por evento.

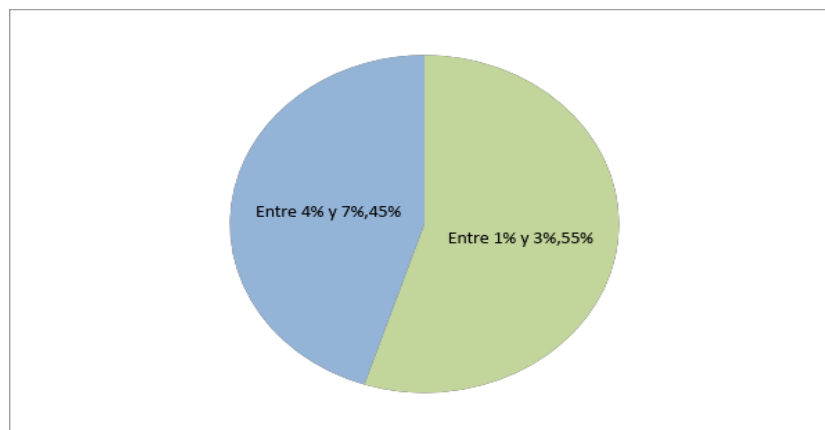
Fuente: Elaboración propia.

En la Gráfica 9 se muestra el porcentaje (sobre el costo de las flores) que las empresas destinan a transporte. Este porcentaje oscila entre 0 y 10% un 75% de los clientes destinan en transporte un porcentaje bajo (0-2.4). Para Sentimiento Floral es importante garantizarles a sus clientes la disminución del transporte en el momento de adquirir los productos, debido a que es una de sus propuestas de valor, ya que muchas veces a los clientes les sale muy costoso conseguir sus flores de otros municipios o departamentos y lo que genera es un aumento en sus flores.



*Gráfica 9 porcentaje que destina es transporte.
Fuente: Elaboración propia.*

De un 100% los clientes manifiestan asumir entre 1% al 3% en aumento del servicio. Por el cual Sentimiento Floral les está ofreciendo, debido a que a ellos les disminuiría muchos trámite que hoy en día tienen que gestionar, poder adquirir las flores para cada uno de sus eventos. Esto para *Sentimiento Floral* representa cual sería la utilidad que se generaría por ofrecer este servicio y así tener bases en el momento de poder comprar la materia prima y luego vendérsela a sus clientes y estipular un mejor precio para que le vaya bien a la compañía y a los clientes.



*Gráfica 10 Porcentaje que asumiría por el servicio.
Fuente: Elaboración propia*

10.6 Canal de distribución

El canal de distribución que se utilizará para *Sentimiento Floral* será indirecto debido al carácter de detallistas e intermediadores que se tendrá en el mercado. La estructura cuenta con proveedores mayoristas y detallistas como *Sentimiento Floral* y clientes como lo son las casas de eventos y organizadores.

El mercado floricultor manejado por los organizadores de eventos es muy visual por esta razón la promoción que se hará para llegar a estos será mixto debido a que se tendrá mercadeo directo y digital. Dados los instrumentos de promoción el costo de penetración de mercado se reduce drásticamente ya que las negociaciones se harán personalmente y la promoción será digital y voz a voz.

Los clientes mediante las promociones y el catálogo digital de *Sentimiento Floral* podrán observar todas las variedades y colores que se tienen y por este medio poder hacer sus pedidos, informando fecha y lugar al cual requieren que les llegue su producto, y con

esta información la empresa empezara a realizar todo su proceso logístico; contacto con proveedores, facturación, y fechas de entregas para así poder cumplir con las expectativas del cliente; ya se finalizara la entrega del producto al consumidor final mediante transportadoras del mismo municipio y siempre buscando los mejores costos y la mejor atención para los clientes; aclarando que los pedidos se entregaran contra entrega es decir ellos asumirán el valor de lo que cueste el transporte.

10.7 Análisis DOFA

Con el fin de realizar el análisis de factores internos y externos de *Sentimiento Floral* se realizará un cruce entre las variables que se relacionan a continuación, debido a que se tendrán en cuenta las que tienen mayor impacto en el negocio. Estos son:

- Facilidad en el servicio de compra
- Productos de buena calidad
- Cantidad de clientes
- Expansión del mercado
- Diferenciación de los productos en cuanto a la calidad y los costos de transporte
- Nuevos competidores con el mismo sistema

En el municipio de Rionegro que es el segmento objetivo de *Sentimiento floral* hay exactamente 44 posibles clientes que están divididos entre casas y organizadores de eventos debido a esto se evidencia una oportunidad de expansión de mercado, generando consigo reconocimiento de la marca.

Cabe mencionar que para el negocio hay una amenaza que es los nuevos competidores con el mismo sistema, debido a esto lo que *Sentimiento Floral* ofrece como

valor agregado comodidad en el momento de conseguir sus flores para sus eventos, productos con excelente calidad, disminución de los costos de transporte.

Tabla 4 DOFA

FORTALEZAS (I)	DEBILIDADES (I)
<ul style="list-style-type: none"> ● Atracción de los clientes por disminución de los costos de transporte. ● Productos de buena calidad. ● Personal capacitado ● Facilidad en el servicio de compra 	<ul style="list-style-type: none"> ● Capital inversionista ● Ubicación del negocio ● Cantidad de clientes
OPORTUNIDADES (E)	AMENAZAS (E)
<ul style="list-style-type: none"> ● Reconocimiento de nuestro servicio en el mercado. ● Diferenciación de los productos en cuanto a la calidad y los costos de transporte. ● Fidelización de clientes ● Expansión del mercado ● Posicionamiento de marca 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuertes cambios climáticos. ● Nuevos competidores con el mismo sistema. ● Baja demanda específica

Fuente: Elaboración propia

10.8 Análisis de la Competencia

Sentimiento Floral en el momento no tiene competencia directa, es decir que ofrezcan lo mismo o similar a lo que en este trabajo se está planteando, debido a que muchos lo que ofrecen es uno o algunos productos. Aunque si se analiza podrían encontrarse lo que se llama la competencia indirecta, debido a que en el Oriente Antioqueño se encuentran muchos proveedores de flores de los cuales están desde cultivos hasta comercializadoras, además de distribuidores de flores en cada una de las ciudades del país, puesto que en el momento de realizar la compra puede resultar más beneficioso para el cliente si lo adquiere directamente con el proveedor que con una comercializadora, ahora

bien, tiene beneficios en la compra del producto pero en otros costos podría resultar ser más elevado.

En la Tabla 5 se muestran cuáles son los criterios a los cuales se tienen que enfrentar *Sentimiento Floral* para poder llegar a ser una competencia fuerte en el mercado.

Tabla 5 Análisis de la competencia

CRITERIO	COMERCIALIZADORAS	CULTIVOS	FLORISTERÍAS
Fortaleza principal	Pueden conseguir varias tipos de flores.	Pueden conseguir varias tipos de flores. Tienen opciones de pintar las flores.	Varios tipos de especies de flores y follajes
Debilidad principal	Precios altos por la ganancia que tienen que generar.	Poca variedad de flores.	Precios altos.
Atractivo de la calidad	Buena calidad en los productos. Principalmente cuando son para exportar.	Buena calidad, según las exigencias del cliente.	Debido al foco de clientes al cual se dirigen la calidad es un poco más baja, para que un organizador de eventos.
Niveles de satisfacción de los clientes	Se sienten satisfechos por la gran variedad de productos	Se sienten satisfechos por la innovación que ofrecen	Se sienten satisfechos por la el lugar donde se encuentran.
¿Quiénes son los clientes?	Exportación. (supermercados, dirigidos al consumidor final)	Comercializadoras, clientes nacionales, Decoradores de eventos.	Regularmente dirigidos al consumidor final, en ocasiones a casas y decoradores de eventos.
Proveedores	No brindaron información.	No brindaron información	No brindaron información

Fuente: Elaboración propia

10.9 Marketing Mix

10.9.1 Estrategias de promoción

10.9.2 Producto

Sentimiento floral, cuenta con un servicio en el cual se ofrecen flores de diferentes especies, tamaños y colores. Estas están dadas según altos estándares de calidad para cumplir cabalmente con los requisitos previamente establecidos con el cliente. El servicio está caracterizado por su cumplimiento en la entrega, por su excelente presentación y trazabilidad esencial.

10.9.3 Precio

Los precios implementados por *Sentimiento Floral* serán de introducción agregando un porcentaje que los clientes estarían dispuestos a pagar por el servicio, el precio está dado según un análisis de la competencia para lograr ser competitivos en el mercado floricultor dirigido al sector de los eventos. En los dos primeros años el precio no tendrá variabilidad teniendo un precio unitario de \$ 400 y así generar aún más captación de clientes y mostrarles durante este tiempo los beneficios que tienen en el momento de comprarle a *Sentimiento Floral*.

A partir del tercer año de actividades empresariales se empezarán aumentos equitativos teniendo aspectos técnicos como demanda, entorno y competencia siempre dentro del rango de los precios competitivos.

10.9.4 Plaza

El canal de distribución de *sentimiento floral* será mediante tienda física previamente analizada desde el entorno, este se prestará para una interacción frente a frente con nuevos clientes para posteriormente hacer negociaciones, vínculos y transacciones mediante medios digitales e inalámbricos.

10.9.5 Promoción

Los factores claves para la promoción de sentimiento floral serán visitas empresariales dado el tipo de mercado al que se pertenece. *Sentimiento Floral* se dará a conocer usando plataformas online que permitan la expansión hacia el mercado local, por esta razón se tendrá redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.

11 ESTUDIO TÉCNICO

11.1 Sistema de Negocio

El sistema de negocios de *Sentimiento floral* está enfocado a la prestación de servicios, por lo tanto, se cuenta con la idea de ser un intermediador diseñando un punto de adquisición multifloral ideal para las casas y los organizadores de eventos.

Según el plan de mercadeo directo y mercadeo digital las negociaciones se hacen directamente con las personas y apoyados en el mercadeo digital se hará una promoción teniendo en cuenta las plataformas digitales como impulso para nuevos clientes.

La prestación del servicio tiene dos componentes, el personal y vía telefónica. En el primer contacto por etiqueta puede hacerse personalmente para generar confianza entre *Sentimiento Floral* y los clientes, luego puede continuar la relación comercial vía telefónica.

Una vez esté realizado el pedido se procederá a contactar proveedores que traerán la flor según su requerimiento, luego de esto se hace un proceso de verificación de calidad y se almacenará hasta que el cliente llegue o sea despachado al lugar de destino.

Luego de la entrega al cliente se realizará el servicio de posventa, es decir se verificará que el cliente haya estado satisfecho con sus flores y que la calidad haya sido la mejor, además de evaluar el servicio, y el tiempo oportuno de la entrega de los productos.

Sentimiento floral se encargará de ser intermediador entre las casas y organizadores de eventos, será un detallista que se encargará de seleccionar los mejores proveedores que

cumplan con los estándares de calidad en todo el portafolio floricultor. Se subcontrata el transporte para que los productos les lleguen a tiempo a los clientes.

El enfoque de *Sentimiento Floral* está dirigido a que sus productos sean de excelente calidad con el fin de ofrecerles a sus clientes seguridad en el momento de comprar sus productos debido a que sentirán la plena confianza de que van a llegar en buen estado y según las especificaciones que él mismo suministro, generando esto que puedan cumplir con lo pactado y en el tiempo justo a sus clientes; además de esto ofrecerle a los organizadores y casas eventos facilidad y evitar trámites innecesarios para la compra de sus flores.

En la ilustración 3 se ilustra el proceso de *sentimiento floral* con respecto a la prestación del servicio, este describe la forma de la estructura que se maneja y cuenta con diseño, mercadeo, prestación del servicio y servicio postventa.



Ilustración 4 Sistema productivo Sentimiento Floral

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 6 se describe el funcionamiento de sentimiento floral dando cuenta de las actividades que conforman la prestación del servicio.

Tabla 6 Modelo de funcionamiento

C T I V I D A D E S	<ul style="list-style-type: none"> ● Pedido inicial ● Contactar proveedores ● Confirmar disponibilidad de producto ● Recibir producto de proveedor ● Inspeccionar la entrega ● Entregar: Despachar hacia el cliente o recoger en recepción 	<ul style="list-style-type: none"> ● Contactar telefónicamente con el cliente y acordar compra ● Cobrar anticipo ● Confirmar pedido con proveedor y especificaciones de lo pedido. ● pronosticar la llegada ● Verificar lo pedido en términos de color, tamaño y especie. ● Colocar de logo en el producto a despachar ● Contactar al cliente para coordinar la entrega 	Publicidad, promociones. Disminución de costos de transporte.	R E S T A C I Ó N D E L S E R V I C I O	Atender quejas y reclamos. Llamar a los clientes para evaluar calidad y satisfacción del producto
	LOGÍSTICA INTERNA	OPERACIONES	MERCADEO Y VENTAS		SERVICIO POSVENTA

Fuente: Elaboración propia

La cultura corporativa está dada por el servicio, la responsabilidad, lealtad, honestidad, confianza y trabajo en equipo. Se cree firmemente que estos valores son esenciales para el triunfo de cualquier organización, por esta razón las normas establecidas están en torno a los valores empresariales y las personas que estén involucradas directa o indirectamente con *Sentimiento Floral*, así mismo en lo organizacional el servicio y la

confianza será primordial para las buenas relaciones laborales permitiendo ir más allá en la prestación del servicio.

Las principales normas que implementara *Sentimiento Floral* son las siguientes:

- Se debe tener una buena actitud para la prestación del servicio
- Siempre se debe tratar de “ usted “ a los clientes y proveedores
- Excelente presentación personal
- Se debe seguir el protocolo empresarial para el contacto con clientes y proveedores
- Usar el uniforme de *Sentimiento Floral*
- Acatar las normas de seguridad
- Respetar a compañeros , clientes y proveedores

Las alianzas estratégicas que se deberán aplicar en *Sentimiento Floral* tienen que ver con la relación que se vaya a establecer con los proveedores ya que estos son el eje principal en el proceso de satisfacer correctamente a los clientes , por esta razón se deben forjar alianzas en el tiempo que permitan tener un excelente servicio, además también se pensaría en hacer alianzas estratégicas con los clientes, formándose así exclusividad y más aún cuando se piensa a futuro expandirse en el mercado.

11.2 Tamaño del proyecto

Sentimiento floral es inicialmente un proyecto de tamaño pequeño debido a que la demanda que abarca no es tan grande (Rionegro) y además se contará con poco personal.

“En los últimos años la producción floricultora del Oriente antioqueño, especialmente en los municipios de Rionegro, La Ceja, Guarne, La Unión, El Carmen de

Viboral y el corregimiento de Santa Elena, ha incrementado en un 43.52%” Según el periódico el mundo, donde se refleja que cada vez la producción de flores es mucho más elevada y donde según un estudio realizado por la universidad de Eafit cada vez más son las casas y los organizadores de eventos quienes se ubican en un municipio como Rionegro y alrededores del Oriente Antioqueño debido a que las personas desean más que sus fiestas y reuniones familiares sean preparadas por expertos en el tema para poder disfrutar momentos agradables.

11.3 Cuantificación de la inversión

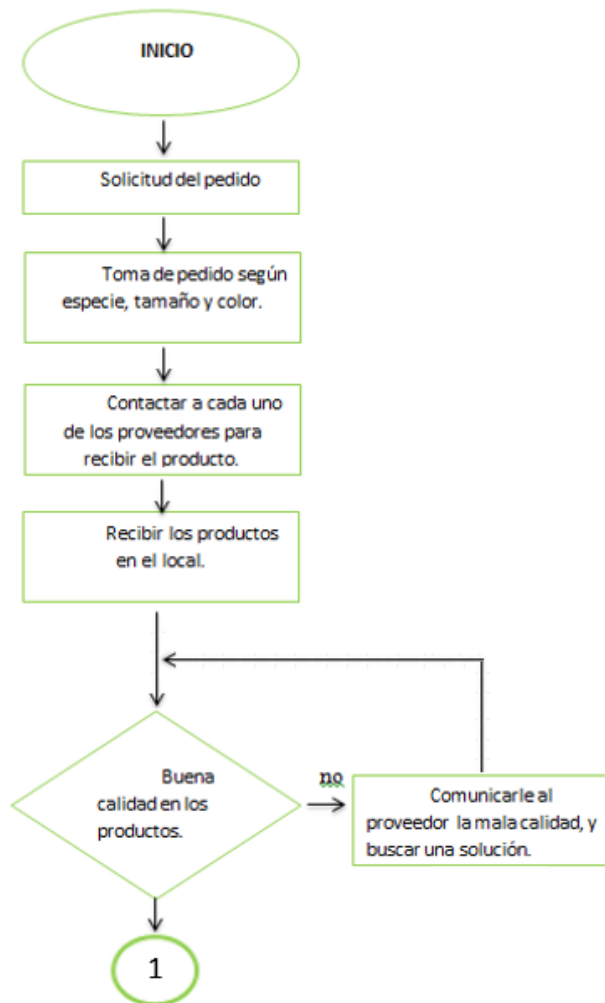
Para el inicio de sentimiento Floral se arrendará un local, donde se adecuará para su debido funcionamiento como lo son computadores, sillas, escritorios, mesas. Además de tener un capital por parte de los socios para poder cubrir los gastos de funcionamiento mientras que empieza a generar ingresos. Además para el inicio se contará únicamente en planta con dos Administradores quienes se encargaran de verificar que cada uno de los productos esté en buenas condiciones para ser despachados y entregados al cliente.

11.4 Emplazamiento

Sentimiento Floral estará ubicado en el municipio de Rionegro, debido a que es donde se tendrán la demanda al inicio del proyecto, además es un lugar estratégico debido a que por facilidad de conseguir proveedores está cerca varios municipios del oriente antioqueño y en caso de que se necesiten proveedores de otros municipios está cerca del aeropuerto.

11.5 Definición del servicio

El servicio prestado por la empresa *sentimiento floral* está dado por la intermediación entre los productores de flores y los organizadores de casas y eventos. La empresa se encargará de toda la logística que conlleva conseguir diversidad de flores en un tiempo determinado según sea la necesidad del cliente. El servicio consta de un contacto con los proveedores de dicha variedad de flor, garantizando la mejor selección del producto a entregar. Se confirma el pedido con todos sus requerimientos y se le hace llegar al cliente en el tiempo previamente estipulado.



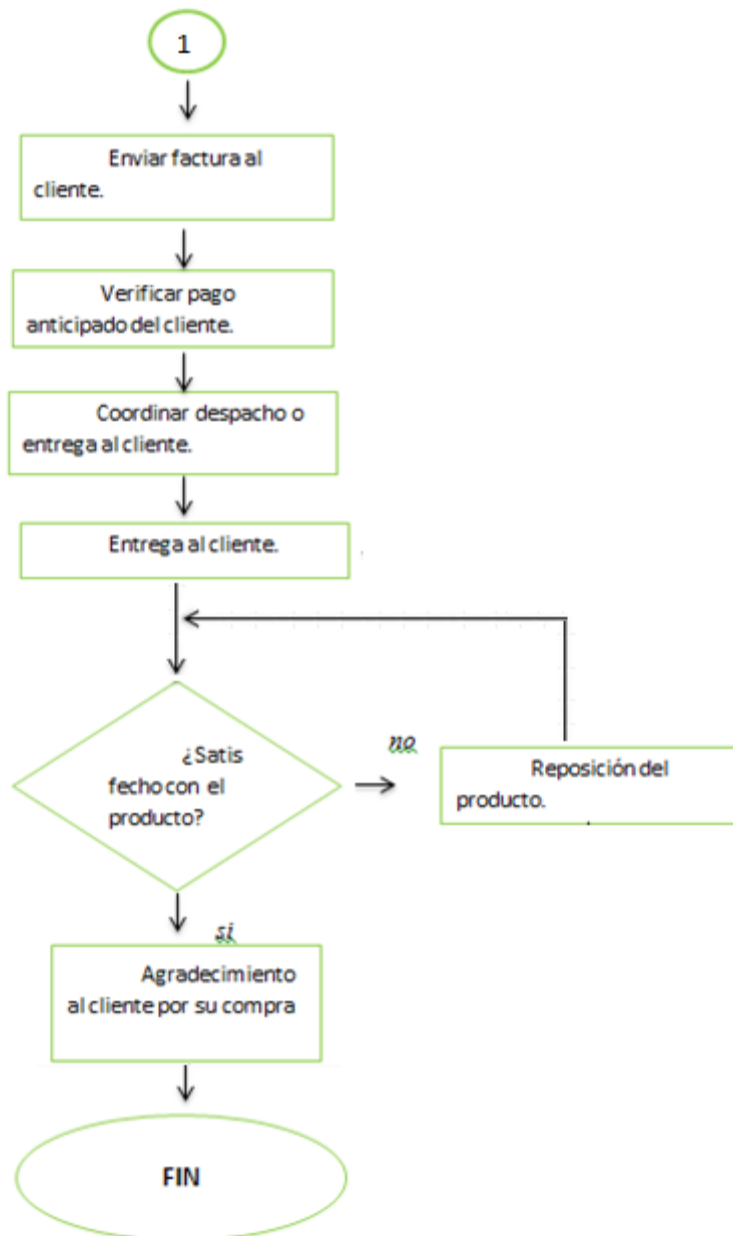


Ilustración 5 Proceso del servicio.

Fuente: Elaboración propia.

11.6 Control de calidad

Sentimiento Floral tiene como objetivo buscar el bienestar tanto para sus clientes como para los empleados, es por esto que se definieron unas necesidades para cada uno de ellos.

-Lograr que los clientes se sientan satisfechos con la calidad del producto que le llega, además de que sientan un buen acompañamiento desde el momento en que lo piden hasta cuando ya lo tienen en sus manos.

-Brindándoles un bienestar laboral a cada uno de los empleados, con un buen clima laboral y además preocupándose por el bienestar social y familiar que cada uno tiene, proporcionándoles espacios para que puedan compartir con ellos, es decir estableciendo horarios que les permita disfrutar de ocio. Debido que esto genera que se sientan a gusto con lo que hacen en su trabajo y transmitan toda su buena energía al cliente en el momento en que lo está atendiendo.

11.7 Análisis del producto (ficha técnica)

Con el fin de poder brindar los mejores productos y buena información a los clientes, *Sentimiento Floral* desarrolló unas fichas técnicas que a continuación se relacionan, teniendo en cuenta que son de los 10 productos que según el estudio tienen más demanda en el mercado (entre la Ilustración 5, y la 15, se muestran algunas de las flores, al igual que entre las Tabla 7 y la 17 sus respectivas fichas de producto)



Ilustración 6 Hydrangea (hortensia) (*university*)

Tabla 7 Ficha técnica: Hortensia

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Hortensias
Descripción del producto	Diferentes tipos de tamaños, copas, y colores (naturales y pintados)
Presentación y empaque	Flor hidratada, empacada en fulles, logo de Sentimiento Floral



Ilustración 7 follajes (*OCCIDENTE., 2018*)

Tabla 8 Ficha técnica. Fuente: Elaboración propia

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Follajes
Descripción del producto	Diferentes tipos de especies
Presentación y empaque	empacada en fules, logo de Sentimiento Floral

**Ilustración 8** *Gypsophila* (*gardens, 2018*)**Tabla 9** Ficha técnica *Gypsophila*

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	<i>Gypsophila</i>
Descripción del producto	Sus flores son pequeñas de 3 a 10mm de diámetro; pueden ser rosadas o blancas.
Presentación y empaque	Empacada en fulles, logo de Sentimiento Floral



Ilustración 9 Pompones (*gardens w. , 2018*)

Tabla 10 Ficha técnica pompones

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Pompones
Descripción del producto	Colores naturales (blancas, azules, rosas, verdes)
Presentación y empaque	empacada en fulles, logo de Sentimiento Floral



Ilustración 10 Boca de dragón (*facilísimo, 2018*)

Tabla 11 ficha técnica. Boca de dragón

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Boca de dragón
Descripción del producto	flores de color amarilla, rosa, roja, etc.
Presentación y empaque	empacada en fules, logo de Sentimiento Floral

**Ilustración 11** Lirios (*fotos, 2018*)**Tabla 12** Ficha técnica. Lirios

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Lirios
Descripción del producto	Diferentes colores naturales, tienen aroma, sirven como flores medicinales
Presentación y empaque	empacada en fules, logo de Sentimiento Floral



Ilustración 12 Claveles (*duarte m. , 2018*)

Tabla 13 Ficha técnica. Claveles

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Claveles
Descripción del producto	Diferentes colores naturales, tienen aroma, sirven como flores medicinales
Presentación y empaque	empacada en fules, logo de Sentimiento Floral



Ilustración 13 Orquídeas (*Chamorro, <https://thehappening.com/cuidados-orquideas/>, 2018*)

Tabla 14 Ficha técnica. Orquídeas

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Orquídeas
Descripción del producto	De diferentes colores, algunas tienen aroma,
Presentación y empaque	empacada en fules, logo de Sentimiento Floral

**Ilustración 14** Mini rosas (*Folhagens, 2018*)**Tabla 15** Ficha técnica. Mini rosas

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Mini rosas
Descripción del producto	Colores como blanco, amarillo, rosados, rojos y verdes.
Presentación y empaque	empacada en fules, logo de Sentimiento Floral



Ilustración 15 Rosas (*gardens W. , 2018*)

Tabla 16 Ficha técnica. Rosas

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Rosas
Descripción del producto	De colores como blanco, rojos y rosados.
Presentación y empaque	empacada en fules, logo de Sentimiento Floral



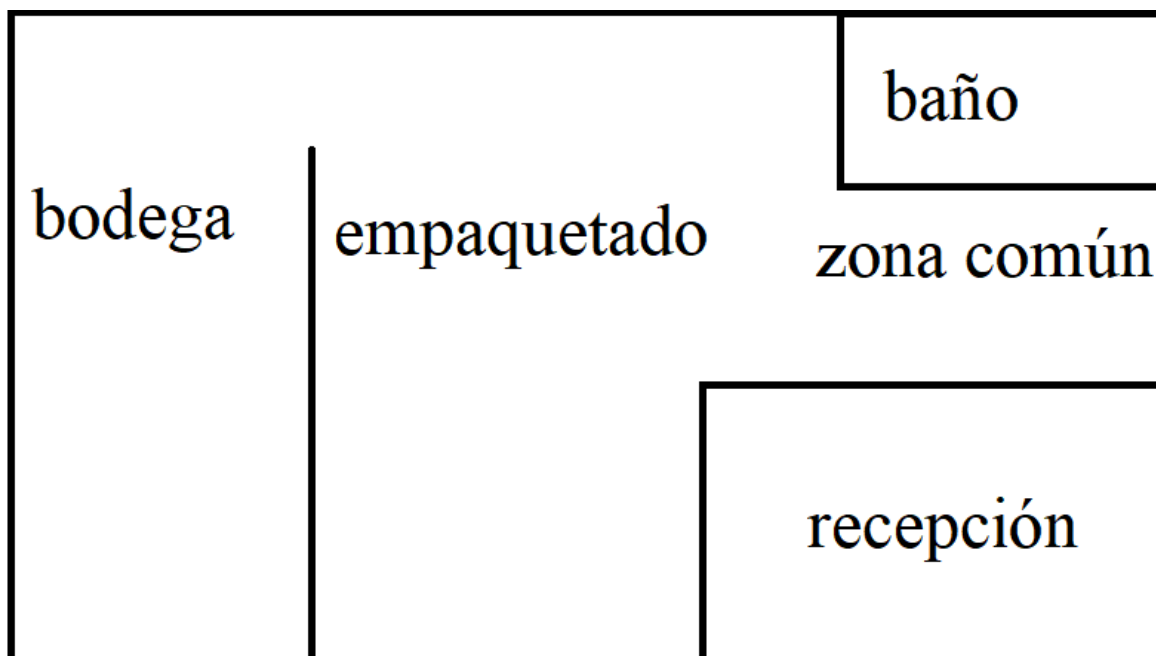
Ilustración 16 Astromelias (*facilísimo, http://plantas.facilísimo.com/las-hermosas-astromelias_854856.html, 2018*)

Tabla 17 Ficha técnica Astromelias

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Astromelias
Descripción del producto	De colores como amarillo, naranjados, rosados, morados, blancos; tallos rígidos.
Presentación y empaque	empacada en fules, logo de Sentimiento Floral

11.8 Distribución de planta

En las Ilustraciones 16 17 y 18 se muestra cómo estará distribuido el lugar donde realizará las operaciones *Sentimiento Floral*, con vista en planos y 3D

**Ilustración 17.** Distribución general

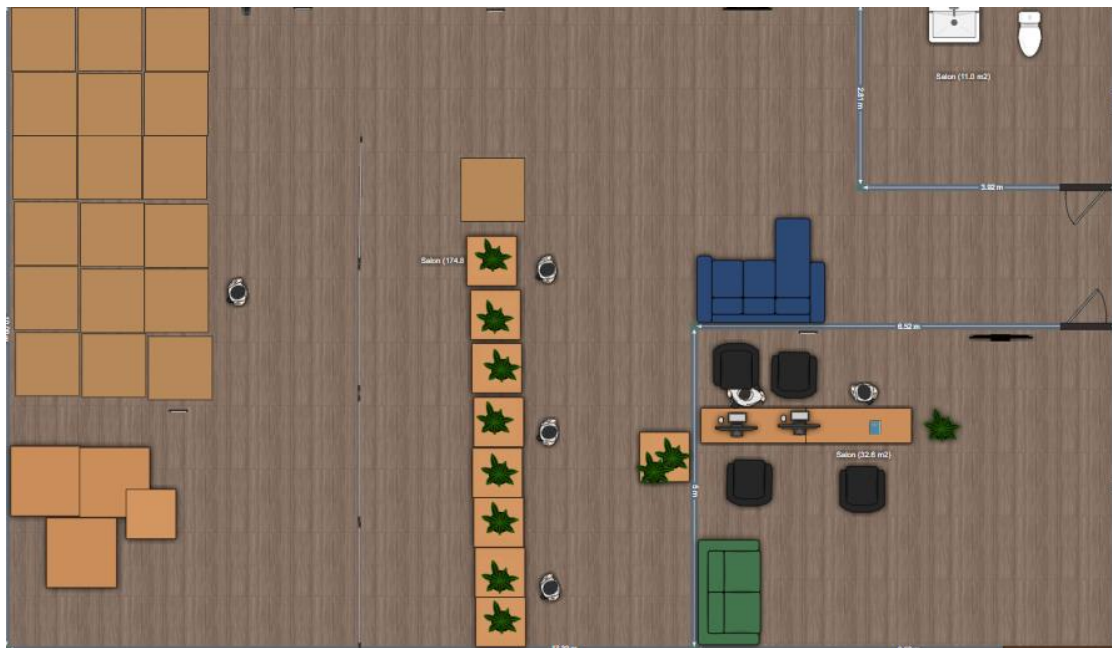


Ilustración 18 Distribución en color



Ilustración 19 Vista superior

12 ANÁLISIS DE RIESGOS

Los riesgos que podrían amenazar el futuro de *Sentimiento Floral* como empresa intermediadora en el municipio de Rionegro son de carácter interno y externo. Los internos obedecen a necesidades básicas a cubrir que afecten el correcto funcionamiento de la empresa, estos pueden ser:

- El principal riesgo al que se enfrenta la empresa es que el capital inversionista se retire de *Sentimiento Floral*, llegando a pasar esto a alguno de los socios le tocaría buscar otras fuentes de ingresos ya sea mediante préstamos o otras asociaciones con el fin de poder mantener o igualar el capital.
- No haya buena cantidad de clientes en la zona. Con este riesgo *Sentimiento Floral*, tendría que empezar a expandirse y buscar nuevos mercados, por ejemplo otros municipios aledaños a Rionegro en el cual se pueda identificar la misma necesidad.
- No poseer empleados calificados para la labor, en cuanto a esto se podría optar por capacitar a personas que puedan llegar a cumplir las expectativas de la organización

Los riesgos externos están ligados a las situaciones que no se pueden controlar, por esta razón son difíciles de prever y estos son:

- Daño de cultivos de los proveedores seleccionados. Es por esto que *Sentimiento Floral* tendrá diferentes proveedores de la misma variedad de flor con el fin de tener diferentes opciones en el momento de compra.

- Competencia que ofrezca precios más baratos. Según los fundamentos de servicio al cliente de Lida Murillo Moreno establece que las características de un buen servicio al cliente son formalidad, iniciativa, colaboración, sabiendo esto se optara por generar fidelidad en cada uno de los clientes con el fin de que haya una recordación de marca y por ende el precio no sea el valor fundamental en el cual se fijen.
- Cancelación de exclusividad con proveedores
- Ventas reducidas por efectos ambientales

Los riesgos serán afrontados con una buena planeación organizacional para minimizar los impactos que se puedan tener tanto interna como externamente. Los riesgos internos se pueden manejar teniendo en cuenta que el modelo de negocio es de fácil expansión lo que sería atractivo para inversionistas y es una gran oportunidad para la consecución de nuevos clientes, así mismo la mano de obra necesaria para llevar a cabo los procesos se puede conseguir por medio de bolsas de empleo que recomienden personas que cumplan con el perfil requerido, en este caso logístico y financiero.

De la misma forma las situaciones externas que puedan afectar la operación serán mitigadas haciendo proyecciones de los imprevistos que se puedan presentar tanto en la parte ambiental como las negociaciones que se puedan efectuar con los proveedores.

El impacto de los riesgos se reducirá al mínimo observando la organización como una parte integral , esto ayuda a que todos estén involucrados en esta para generar un sentido de pertenencia lo que minimiza la parte de rotación de personal , esta cultura planteada genera confianza y seguridad a los clientes e inversionistas .La parte externa se reducirá teniendo buena cantidad de proveedores y haciendo proyecciones en partes como

lo ambiental y ventas ya que antes de que suceda algún imprevisto se tendrá una solución oportuna . Por esta razón se llevará a cabo lo antes planteado y se harán revisiones quincenales sobre los aspectos a tener en cuenta para ser oportunos y efectivo en las soluciones.

13 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

13.1 Cronograma

Sentimiento Floral llevará a cabo un cronograma con diferentes actividades a realizar por parte de los responsables, aquí se dará muestra de la planeación mensual de actividades para tener un correcto funcionamiento durante los años venideros, estas funciones obedecen a actividades necesarias para la operación se *sentimiento floral* teniendo en cuenta la dirección, marketing, logística y servicio postventa.

Tabla 18 Cronograma

ACTIVIDAD	AÑO 1												Responsable	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
DIRECCIÓN Y OPERACIONES														
Fundación de la empresa														Camilo- Alejandra
Formacion de Equipo														Camilo- Alejandra
Compra de muebles y enseres														Camilo- Alejandra
Contratación de personal														Camilo- Alejandra
Averiguación de locales														Camilo- Alejandra
Instalacion en el local														
Arrendamiento del local														Camilo- Alejandra
Inicio de alianzas con proveedores														Camilo- Alejandra
MARKETING														
Creación de relacion con los clientes														Alejandra
Desarrollo de marketing														Camilo- Alejandra
Lanzamiento de campaña de marketing														Camilo- Alejandra
Inicio en Rionegro														Camilo- Alejandra
Diseño de logo														Camilo- Alejandra
LOGISTICA INTERNA														
Contacto con los clientes														Alejandra
Contacto con proveedores														Camilo
Verificación de pago anticipado														Alejandra
Racibir el producto por el proveedor														Camilo
verificación de calidad de la flor														Camilo
Pegar logo de empresa														Colaborador
entregar el producto a la transportadora														Colaborador
Verificación de pago en su totalidad														Alejandra
llevar contabilidad														outsorsing
implemenar sistema de facturacion														outsorsing
SERVICIO POSVENTA														
llamar al cliente														Alejandra

13.2 Estudio legal y estudios de impacto

13.2.1 Legal

Sentimiento Floral se constituirá mediante una SAS (Sociedad por acciones Simplificada) debido a sus características para ejercer cualquier actividad mercantil, posteriormente se mencionarán sus atributos.

- Permite su constitución para una o varias personas ya sean naturales o jurídicas
- La responsabilidad de los accionistas está dada por el monto de sus acciones

- Desde el inicio de la actividad mercantil se conforma una persona jurídica diferente a sus accionistas

Los beneficios que tendrá *Sentimiento Floral* con la constitución de una sociedad por acciones simplificada son:

- Permite a los socios fijar las reglas previamente establecidas de acuerdo a sus intereses económicos y personales
- El procedimiento para la constitución de esta sociedad es simple, de fácil modificación y económico
- La responsabilidad de los socios se limita al aporte de los mismos
- La sociedad no contempla duración y por esta razón los costos se reducen ya que no existe vencimiento.
- La sociedad no exige revisor fiscal

Para la constitución de *Sentimiento Floral* se debe seguir el siguiente procedimiento:

- Documento privado en el cual consta :
 - Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
 - Razón social seguida de la letra “SAS”
 - El dominio principal de la sociedad y sucursales
 - Término de duración , puede ser indefinido
 - Enunciación de las actividades , puede ser indefinido para realizar cualquier actividad lícita

- De acuerdo al análisis financiero el capital autorizado corresponde a \$127.000.211; el capital suscrito corresponde a lo que los accionistas pagaran equivalente a \$53.105.564 cada uno y los accionistas tiene un capital pagado de \$10.000.000 cada uno durante el primer año.
 - las acciones están distribuidas entre los dos accionistas fundadores con un porcentaje del 50% cada uno.
 - Forma de administrar, documentos y facultades de los administradores y por lo menos un representante legal.
 - Elevar a escritura pública bienes donados como formalidad legal.
-
- Las personas que conformarán la sociedad deben autenticar la firma antes de ser inscrito en el registro mercantil luego se inscribe y se diligencian los formularios correspondientes como lo son el registro único empresarial y el formulario de inscripción al RUT, después de esto se procede a realizar el pago de la matricula mercantil , impuesto de registro y derechos de inscripción

Los costos relacionados para la constitución de la empresa legalmente constituida están en base a los requerimientos que exigen en la cámara de comercio, estos se encontrarán en la siguiente tabla.

Tabla 19 Costos para la constitución de la empresa

Descripción	Entidad	valor
constitución de sociedad	cámara de comercio	\$ 34.000
impuesto de registro	cámara de comercio	\$ 70.000
matricula persona jurídica	cámara de comercio	\$ 131.000
formulario de registro mercantil	cámara de comercio	\$ 4.500
inscripción de los libros	cámara de comercio	\$ 12.000
	Total	\$ 251.500

Sentimiento floral será una empresa con alto sentido social debido a la cadena de suministro a la que pertenece, los proveedores pertenecientes al sector floricultor se verán beneficiados debido al aumento de la demanda por parte de la empresa lo que se traduce en más oportunidades de empleo para el municipio de Rionegro, a su vez se impulsará el sector floricultor local haciéndolo más competitivo en el mercado al visibilizar la calidad y entrega de las personas para hacer tan excelente producto .

13.2.2 Impacto ambiental

El componente ambiental de *sentimiento floral* está dado por el servicio que se prestará implementando logística inversa para la reutilización de los empaques florales. Estos empaques se recogerán en el momento de una nueva entrega para el organizador o la

casa de eventos lo que reduce drásticamente la utilización de cartón demandada en el municipio de Rionegro.

Esta práctica genera conciencia social dentro y fuera de la empresa ya que se estará comprometido con la reutilización de estos empaques ahorrando hasta 140 litros de petróleo, 50000 litros de agua, dos metros cúbicos de espacio en un vertedero y 900 kilos de dióxido de carbono por cada tonelada reutilizada.

14 ESTUDIO FINANCIERO

14.1 Materia prima

En la Tabla 20 se muestran los valores utilizados para la obtención de la materia primera relacionando flores, logos y cajas para tener una totalidad anual extendida por cinco años.

Tabla 20 Costos de materia prima

DESCRIPCION	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
FLORES	247.594	\$ 300	\$ 74.278.125
LOGO	4.952	\$ 25	\$ 123.797
CAJAS	4.952	\$ 3.500	\$ 17.331.563

sumatoria costo MP \$ 91.733.484

año 1

DESCRIPCION	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
FLORES	573.375	\$ 300	\$ 172.012.500
LOGO	11.468	\$ 25	\$ 286.688
CAJAS	11.468	\$ 3.500	\$ 40.136.250

sumatoria costo MP \$ 212.435.438

año 2

DESCRIPCION	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
FLORES	651.563	\$ 300	\$ 195.468.750
LOGO	13.031	\$ 25	\$ 325.781
CAJAS	13.031	\$ 3.500	\$ 45.609.375
sumatoria costo MP			\$ 241.403.906
año 3			

	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	TOTAL
FLORES	729.750	\$ 300	\$ 218.925.000
LOGO	14.595	\$ 25	\$ 364.875
CAJAS	14.595	\$ 3.500	\$ 51.082.500
sumatoria costo MP			\$ 270.372.375

14.2 Mano de obra

La Tabla 21 representa la mano de obra requerida para la correcta operación del modelo de negocio, en esta se puede encontrar una nómina anual teniendo en cuenta todas las deducciones y auxilios legales.

Tabla 21 Costos mano de obra

CONCEPTO	SALARIO MENSUAL	AUXILIO TRANSPORTE	SUB TOTAL	PRESTACIONES SOCIALES	TOTAL MENSUAL
Administrador 1	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 869.453	1,52	\$ 1.321.569
Administrador 2	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 869.453	1,52	\$ 1.321.569
				TOTAL MENSUAL	\$ 2.643.137
				TOTAL ANUAL	\$31.717.645

14.3 Otros costos de fabricación

En la Tabla 22 se hace referencia a los gastos de fabricación necesarios para la correcta operación, estos están dados en un lapso de tiempo anual

Tabla 22 Costos de fabricación

	Mensual	Anual
Arriendo	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Luz	\$ 50.000	\$ 600.000
Agua	\$ 25.000	\$ 300.000
teléfono e internet	\$ 120.000	\$ 1.440.000
mantenimientos de equipos	\$ 5.000	\$ 60.000
	TOTAL	\$ 14.400.000

14.4 Gastos de venta

La Tabla 23 hace referencia a la publicidad que se hará para la consecución de clientes y expansión de mercado, los valores están dados anualmente.

Tabla 23 Gastos de venta

	Mensual	Anual
Publicidad		
redes sociales	\$ 50.000	\$ 600.000
insumos personales para promocionar	\$ 100.000	\$ 1.200.000
	TOTAL PRIMER AÑO	\$ 1.800.000

14.5 Gastos de administración

Los siguientes gastos (ver Tabla 24) están dados según la necesidad de hacer un outsourcing para los servicios mencionados, estos valores están dados anualmente.

Tabla 24 costos administración

CONCEPTO	primer año	
	Mensual	Anual
asesor contable	\$ 400.000	\$ 4.800.000
industria y comercio	\$ 95.000	\$ 1.140.000
Papelería	\$ 100.000	\$ 1.200.000
implementos de aseo	\$ 35.000	\$ 420.000
	TOTAL	\$ 7.560.000

14.6 Inversiones

La Tabla 25 da muestra de los implementos necesarios para comenzar la operación, los valores están dados según el mercado actual.

Tabla 25 Inversiones

Computadores	2.000.000
Sillas	220.000
Escritorio	300.000
Impresora	1.200.000
diseño de facturación	4.000.000
	\$7.720.000

14.7 Flujo de caja proyectado

La Tabla 25 contiene el flujo de caja proyectado teniendo en cuenta datos como beneficios, costos, saldo operativo y flujo económico que dan validez a viabilidad del proyecto

Tabla 26 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
CONCEPTOS	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023		
Flores	247593,75	573375	651562,5	729750	807937,5		
Precio	\$ 400	\$ 400	\$ 500	\$ 550	\$ 600		
BENEFICIOS	\$ 99.037.500,00	\$ 229.350.000,00	\$ 325.781.250,00	\$ 401.362.500,00	\$ 484.762.500,00		
Ingresos por ventas	\$ 99.037.500,00	\$ 229.350.000	\$ 325.781.250,00	\$ 401.362.500,00	\$ 484.762.500,00		
COSTOS	\$ 127.211.129,82	\$ 284.923.905,66	\$ 317.479.717,82	\$ 350.213.784,75	\$ 383.134.985,81		
costos de personal	\$ 31.717.645	\$ 47.576.468,16	\$ 49.955.291,57	\$ 52.453.056,15	\$ 55.075.708,95		
COSTOS OPERATIVOS	\$ 14.400.000	\$ 15.120.000,00	\$ 15.876.000,00	\$ 16.669.800,00	\$ 17.503.290,00		
MATERIA PRIMA	\$ 91.733.484	\$ 212.435.437,50	\$ 241.403.906,25	\$ 270.372.375,00	\$ 299.340.843,75		
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.800.000	\$ 1.854.000,00	\$ 1.909.620,00	\$ 1.966.908,60	\$ 2.025.915,86		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 7.560.000	\$ 7.938.000,00	\$ 8.334.900,00	\$ 8.751.645,00	\$ 9.189.227,25		
Inversión	-\$ 20.000.000						
SALDO OPERATIVO	-\$ 28.173.629,82	-\$ 55.573.905,66	\$ 8.301.532,18	\$ 51.148.715,25	\$ 101.627.514,19		
GASTOS DE CAPITAL	\$ 7.720.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00		
Costo de la Inversión	\$ 7.720.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00		
FLUJO	-\$	-\$	\$	\$	\$		

ECONÓMICO	35.893.629,8 2	55.573.9 05,66	8.301.532 ,18	51.148.71 5,25	101.627.51 4,19		
INDICADORES DE EVALUACION ECONÓMICA	VAN : \$ 3.612.421,19		TIR : 21,1%		PBP : 4,05 (a 48.6 ño (meses) s) -		

15 REFERENCIAS

- Braga, C. (s.f.). *<https://www.floresefolhagens.com.br/mini-rosas>*. Obtenido de Flores e Folhagens.
- Chamorro, C. (28 de diciembre de 2018). Obtenido de *<https://thehappening.com/cuidados-orquideas/>*. Obtenido de the happening.
- Chamorro, C. (s.f.). Obtenido de *<https://thehappening.com/cuidados-orquideas/>*.
- Crisantemos. (2018). Obtenido de *<http://hablemosdeflores.com/crisantemos/>*.
- Duarte, m. (2018). Obtenido de *<https://www.lifeder.com/de-que-nutre-clavel/>*.
- Duarte, M. (s.f.). Obtenido de *<https://www.lifeder.com/de-que-nutre-clavel/>*. Obtenido de lifeder.
- Facilísimo. (2018). Obtenido de *http://plantas.facilísimo.com/las-hermosas-astromelias_854856.html*.
- Facilísimo. (2018). Obtenido de *http://plantas.facilísimo.com/reportajes/flores/boca-de-dragon-colorido-y-resistencia_184203.html*.
- Flores, h. d. (s.f.). Obtenido de *<http://hablemosdeflores.com/crisantemos/>*.
- Folhagens, F. (2018). Obtenido de *<https://www.floresefolhagens.com.br/mini-rosas/>*. Obtenido de Mini rosas.
- Fotos, i. d. (2018). Obtenido de *<http://imagenes-de-flores.com/lirios-blancos-flor-fotos/>*.
- Gardens, w. (2018). Obtenido de *<https://www.waltersgardens.com/variety.php?ID=GYPFS>*.
- Gardens, w. (2018). Obtenido de *<https://www.waltersgardens.com/variety.php?ID=GYPFS>*.

Gardens, W. (2018). Obtenido de <https://www.waltersgardens.com/variety.php?ID=GYPFS>.

<http://imagenes-de-flores.com/lirios-blancos-flor-fotos/>. (s.f.).

Jackson, E. (s.f.). Obtenido de <https://co.pinterest.com/pin/367676757071149542/>.

OCCIDENTE., A. R. (2018). Obtenido de <http://www.heliconias.net/contacto-flores-y-follajes-tropicales.html>.
Obtenido de Colombia tierra de flores.

University, N. s. (2018). <https://www.ncsu.edu/>.



Anexos

Encuesta 1

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si x No
% 100%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 x Más de 100
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
\$ 1.800.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno x Entre 2 y 5 Más de 5
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 2
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto x Calidad en el producto x
Calidad en el servicio Costos de transporte
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 20 %
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 5 %
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si x No Porque? _____
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% x Entre 8% y 10% Mas del
10%



Encuesta 2

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si No
% 50%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos \$ 500.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto Calidad en el producto
Calidad en el servicio Costos de transporte
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 0%
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 0%
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si No Por qué? Evitaría gestión de compra
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 3

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

11. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si x No
% 50%
12. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
13. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
\$ 500.000
14. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
15. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 1
16. Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto Calidad en el producto
Calidad en el servicio Costos de transporte
17. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 0%
18. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 0%
19. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si No Por qué? Evitaría gestión de compra
20. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 4

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si x___ No ___
% 50%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 ___ Entre 52 y 100 ___ Más de 100 x___
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
\$ 500.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno ___ Entre 2 y 5 x___ Más de 5 ___
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
___1___
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto x___ Calidad en el producto x___
Calidad en el servicio x___ Costos de transporte x___
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
___0%___
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
___0%___
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si x___ No ___ Por qué? Evitaría gestión de compra
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% x___ Entre 4% y 7% ___ Entre 8% y 10% ___
Mas del 10% ___



Encuesta 5

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

11. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si x No
% 50%
12. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100 x
13. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
\$ 500.000
14. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 x Más de 5
15. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 1
16. Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto x Calidad en el producto x
Calidad en el servicio x Costos de transporte x
17. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 0%
18. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 0%
19. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si x No Por qué? Evitaría gestión de compra
20. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% x Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 6

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si No
% 70%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos \$ 500.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto Calidad en el producto
Calidad en el servicio Costos de transporte
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 1%
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 0%
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si No Por qué? Evitaría gestión de compra
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 7

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si No
% 90%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
\$ 1.200.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 2
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto Calidad en el producto
Calidad en el servicio Costos de transporte
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 5%
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 10%
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si No Por qué?
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 8

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si No
% 90%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
\$ 1.200.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 2
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto Calidad en el producto
Calidad en el servicio Costos de transporte
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 5%
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 10%
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si No Por qué?
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 9

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si No
% 90%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
\$ 1.200.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 2
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto Calidad en el producto
Calidad en el servicio Costos de transporte
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 2%
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 5%
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si No Por qué?
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 10

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si No
% 50%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos \$ 900.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto Calidad en el producto
Calidad en el servicio Costos de transporte
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 2%
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 5%
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si No Por qué?
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 11

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si No
% 75%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
\$ 2.500.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 2
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto Calidad en el producto
Calidad en el servicio Costos de transporte
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 5%
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 1%
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si No Por qué?
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 12

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si No
% 99%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
\$ 300.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 1
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto Calidad en el producto
Calidad en el servicio Costos de transporte
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 0%
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 0%
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si No Por qué?
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 13

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

11. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
 Si No
 % 35%
12. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
 Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
13. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
 \$ 550.000
14. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
 Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
15. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 1
16. Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
 Precio del producto Calidad en el producto
 Calidad en el servicio Costos de transporte
17. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 3%
18. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 0%
19. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
 Si No Por qué?
20. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?

Entre 1% y 3% ____ Entre 4% y 7% x Entre 8% y 10% _____
 Mas del 10% _____



Encuesta 14

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

1. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
 Si x No ____
 % 70%
2. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
 Menos de 52 ____ Entre 52 y 100 x Más de 100 ____
3. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
 \$ 900.000
4. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
 Solo uno ____ Entre 2 y 5 x Más de 5 ____
5. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
3
6. Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
 Precio del producto x Calidad en el producto x
 Calidad en el servicio ____ Costos de transporte ____
7. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
5%
8. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
1%
9. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
 Si x No ____ Por qué?
10. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
 Entre 1% y 3% x Entre 4% y 7% ____ Entre 8% y 10% _____



Mas del 10% _____

Encuesta 15

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
Si No
% 50%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos \$ 1.000.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
Precio del producto Calidad en el producto
Calidad en el servicio Costos de transporte
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 2%
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 0%
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
Si No Por qué?
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?
Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
Mas del 10%



Encuesta 16

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

1. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?

Si No

% 50%

2. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?

Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100

3. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos

\$ 950.000

4. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?

Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5

5. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo

2

6...Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?

Precio del producto Calidad en el producto

Calidad en el servicio Costos de transporte

7. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?

2%

8. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?

1%

9. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?

Si No Por qué?

10. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?

Entre 1% y 3% x Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
 Mas del 10%



Encuesta 17

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

1. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
 Si x No
 % 40%
2. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
 Menos de 52 x Entre 52 y 100 Más de 100
3. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos \$ 300.000
4. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
 Solo uno Entre 2 y 5 x Más de 5
5. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 1
6. Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
 Precio del producto Calidad en el producto x
 Calidad en el servicio Costos de transporte
7. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 1 %
8. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 0 %
9. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
 Si x No Por qué?

10. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?

Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
 Mas del 10%



Encuesta 18

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

1. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
 Si No
 % 20%
2. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
 Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
3. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
 \$ 2.500.000
4. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
 Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
5. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 1
6. Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
 Precio del producto Calidad en el producto
 Calidad en el servicio Costos de transporte
7. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 0%
8. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 0%
9. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
 Si No Por qué?

10. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?

Entre 1% y 3% Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
 Mas del 10%



Encuesta 19

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

1. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
 Si No
 % 60%
2. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
 Menos de 52 Entre 52 y 100 Más de 100
3. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos
 \$ 1.000.000
4. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
 Solo uno Entre 2 y 5 Más de 5
5. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 2
6. Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
 Precio del producto Calidad en el producto
 Calidad en el servicio Costos de transporte
7. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 3%
8. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 2%
9. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
 Si No Por qué?
10. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?

Entre 1% y 3% x Entre 4% y 7% Entre 8% y 10%
 Mas del 10%



Encuesta 20

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

1. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
 Si x No
 % 60%
2. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
 Menos de 52 x Entre 52 y 100 Más de 100
3. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos \$ 900.000
4. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
 Solo uno Entre 2 y 5 x Más de 5
5. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 1
6. Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
 Precio del producto x Calidad en el producto x
 Calidad en el servicio Costos de transporte
7. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 3%
8. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 2%
9. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
 Si x No Por qué?
10. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?

Entre 1% y 3% ____ Entre 4% y 7% x Entre 8% y 10% _____
 Mas del 10% _____



Encuesta 21

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

1. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
 Si x No _____
 % 50%
2. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
 Menos de 52 _____ Entre 52 y 100 x Más de 100 _____
3. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos \$ 950.000
4. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
 Solo uno _____ Entre 2 y 5 x Más de 5 _____
5. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
2 _____
6. Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
 Precio del producto x Calidad en el producto x
 Calidad en el servicio _____ Costos de transporte _____
7. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
2% _____
8. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
0% _____
9. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
 Si x No _____ Por qué?
10. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?

Entre 1% y 3% ____ Entre 4% y 7% x Entre 8% y 10% _____
 Mas del 10% _____



Encuesta 22

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

- ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
 Si x No ____
 % 60%
- ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
 Menos de 52 ____ Entre 52 y 100 x Más de 100 ____
- ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos \$ 700.000
- ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
 Solo uno ____ Entre 2 y 5 x Más de 5 ____
- De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
2
- Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
 Precio del producto ____ Calidad en el producto x
 Calidad en el servicio ____ Costos de transporte ____
- ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
1%
- ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
0%
- ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
 Si x No ____ Por qué?
- Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?

Entre 1% y 3% ____ Entre 4% y 7% __x_ Entre 8% y 10% _____
 Mas del 10% _____



Encuesta 23

Señores Casas y organizadores de eventos: somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Oriente, les agradecemos su colaboración en la siguiente encuesta, que tiene como fin conocer las necesidades del mercado con respecto a la utilización de flores en los eventos del municipio de Rionegro. De antemano muchas gracias por contribuir al estudio de éstas.

Nombre de la empresa	
----------------------	--

1. ¿En todos sus eventos usan flores y cuál es el porcentaje de estas?
 Si __x__ No ____
 % 50%
2. ¿En promedio cuantos eventos tiene al año?
 Menos de 52 __x_ Entre 52 y 100 ____ Más de 100 ____
3. ¿Cuál es su gasto promedio en flores por evento? Respuesta en pesos colombianos \$ 1.000.000
4. ¿Cuántos proveedores en promedio usa para un solo evento?
 Solo uno ____ Entre 2 y 5 __x_ Más de 5 ____
5. De 1 a 5 ¿Qué tan complejo es manejar esa cantidad de proveedores? siendo 1 nada complejo y 5 muy complejo
 __2____
6. Al momento de solicitar sus flores, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?
 Precio del producto __x_ Calidad en el producto ____
 Calidad en el servicio ____ Costos de transporte ____
7. ¿En porcentaje cuanto son las pérdidas que generan por calidad?
 ____1%____
8. ¿Cuánto es el % que destina en transporte sobre el costo total de las flores?
 ____2%____
9. ¿Estaría interesado en tener un solo proveedor para sus flores?
 Si __x_ No ____ Por qué?
10. Si tuviera la oportunidad de ahorrarse el tener varios proveedores de flores. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a incrementar por dicho servicio?

Entre 1% y 3% x
Mas del 10%

Entre 4% y 7%

Entre 8% y 10%